



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÒGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÌA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA**

Tema:

**PROPUESTA DE ANÁLISIS AL SISTEMA DE PEDIDOS, EN
LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS A GRANDES
SUPERFICIES, POR LA EMPRESA
TECNOVA S.A**

Autora:

Murga Guerrero Mayra Jessenia

Tutor:

Simón Alberto Illescas Prieto

Guayaquil, Ecuador
2018

DEDICATORIA

A mi madre por ser un pilar fundamental en todo lo que soy en toda mi educación, tanto académica como en la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo. A mi hijo que ha sido la razón por la cual me levanté cada día esforzándome por el presente y el mañana, es mi principal motivación y como en todos mis logros, en este ha estado presente. Dentro de mi recorrido por la vida me pude dar cuenta que hay muchas cosas por las cuales soy buena, encontré destrezas y habilidades que jamás pensé, se desarrollarían en mí, pero lo realmente importante es que pude descubrir que por más que disfruté trabajar sola, siempre obtendré un mejor resultado si lo realizo con la ayuda y compañía perfecta, por eso quiero dedicar este trabajo a mi esposo quien estuvo apoyándome en cada decisión, con paciencia y entrega para conmigo.

Murga Guerrero Mayra Jessenia

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme tener tan buena experiencia dentro del Instituto Tecnológico Bolivariano por convertirme en una profesional, gracias a cada docente que hizo parte de este proceso integral de formación, que deja una prueba viviente en la historia. Gracias por creer en mí, no ha sido sencillo el camino hasta ahora, pero gracias a su aporte, su amor e inmensa bondad y apoyo, lo complicado de llegar a esta meta se ha notado menos, les agradezco y hago presente mi afecto y cariño hacia ustedes, mi hermosa familia.

Murga Guerrero Mayra Jessenia

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de análisis al sistema de pedidos, en la distribución de productos a grandes superficies, por la empresa TECNOVA S.A”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo incide el Sistema de pedidos, en la distribución de productos, a grandes superficies por la empresa TECNOVA S.A ubicada en la ciudadela Urdesa, de la ciudad de Guayaquil, en el año 2018.?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada: **Murga Guerrero Mayra Jessenia**

Tutor: **Dr. Simón Alberto Illescas Prieto**

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Murga Guerrero Mayra Jessenia** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Propuesta de análisis al sistema de pedidos, en la distribución de productos a grandes superficies, por la empresa TECNOVA S.A**, de la modalidad de **Presencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresa**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Murga Guerrero Mayra Jessenia
Nombre y Apellido de la Autora
No. de cédula: 0921169405

Firma

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES DEL ITB.**

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Portada	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento	iii
Certificación de la aceptación del tutor	iv
Cláusula de autorización para la publicación de trabajos de titulación	v
Certificación de aceptación del Cegescit	vi
Índice general	vii
Índice de cuadros.....	x
Índice de gráficos.....	xi
Índice de anexos.....	xii
Resumen	xiii
Abstract.....	xiv
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
Planteamiento del Problema	1
Ubicación del problema en un contexto	3
Situación conflicto	4
Formulación del problema	5
Delimitación del problema.....	5
Variables de la investigación	5
Objetivos de la investigación	5
Objetivo General	5
Objetivo Específicos	6
Alcance	6
Justificación e Importancia.....	6

CAPÍTULO II.....	10
MARCO TEÓRICO	10
Fundamentación teórica	10
Antecedentes históricos.....	10
Antecedentes Referenciales	16
Fundamentación legal.....	18
En la Constitución de la República del Ecuador 2008	18
Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones 2008	19
Variables de la Investigación	22
Definiciones conceptuales	23
CAPÍTULO III.....	31
METODOLOGÍA	31
Presentación de la empresa	31
Misión	31
Visión	31
Diseño de la Investigación	35
Diseño Documental.....	35
Tipos de Investigación	37
Población y muestra	38
Métodos Teóricos	39
Métodos	39
Procedimiento o pasos a seguir en la investigación	40
Técnicas de Investigación.....	40
Procedimiento de la Investigación	40
Entrevista.....	40
Encuesta.....	41
Formulario.....	41
FODA.....	42

CAPÍTULO IV.....	43
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	43
FODA.....	55
Fortalezas	55
Oportunidades	55
Plan de acción	56
Introducción	56
Objetivos.....	57
Objetivo General	57
Objetivos específicos	57
Desarrollo de la propuesta.....	57
Conclusiones	60
Recomendaciones	61
Bibliografía.....	62
Anexos	

ÍNDICE DE CUADROS

Contenidos:	Páginas:
Cuadro 1. Distribución	4
Cuadro 2. Arquetipo	37
Cuadro 3. Técnica a aplicar	38
Cuadro 4. Universo	39
Cuadro 5. Procedimientos	40
Cuadro 6. Disponibilidad de recursos en la distribución	43
Cuadro 7. Atrasos en la distribución y entrega de productos.....	44
Cuadro 8. Incremento de garantías del producto.....	45
Cuadro 9. Caducidad y durabilidad de las baterías despachadas	46
Cuadro 10. Productos mal perchados.....	47
Cuadro 11. Atrasos en las órdenes de compras	48
Cuadro 12. Formación y capacitación del personal en lo relacionado a sistema de pedidos	49
Cuadro 13. Control de la obsolescencia del sistema de pedidos.....	50
Cuadro 14. Fortalecimiento del sistema de pedidos	51
Cuadro 15. Mejora de tecnología y preparación de recursos	52
Cuadro 16. Plan de Acción	58
Cuadro 17. Cronograma de implementación de la propuesta.....	59
Cuadro 18. Plan de capacitación	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenidos:	Páginas:
Gráfico 1. Logotipo.....	32
Gráfico 2. Organigrama	34
Gráfico 3. Disponibilidad de recursos en la distribución.....	43
Gráfico 4. Atrasos en la distribución y entrega de productos	44
Gráfico 5. Incremento de garantías del producto	45
Gráfico 6. Caducidad y durabilidad de las baterías despachadas	46
Gráfico 7. Productos mal perchados.....	47
Gráfico 8. Atrasos en las órdenes de compras	48
Gráfico 9. Formación y capacitación del personal en lo relacionado a sistema de pedidos	49
Gráfico 10. Control de la obsolescencia del sistema de pedidos	50
Gráfico 11. Fortalecimiento del sistema de pedidos	51
Gráfico 12. Mejora de tecnología y preparación de recursos.....	52

ÍNDICE DE ANEXOS

Contenidos:	Páginas:
ANEXO 1. SOLICITUD DE APROBACIÓN	68
ANEXO 2. CARTA DE PRESENTACIÓN	69
ANEXO 3. CARTA DE DESPEDIDA.....	70
ANEXO 4. ENCUESTA APLICADA A LOS EMPLEADOS DE LAS GRANDES SUPERFICIES	71
ANEXO 5. ENTREVISTA APLICADA A LOS GERENTES DE LAS GRANDES SUPERFICIES	74
ANEXO 6. MISION Y VISION DE LA EMPRESA TECNOVA S.A BOSCH	75
ANEXO 7. RECEPCIÓN	75
ANEXO 8. INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA TECNOVA S.A BOSCH	76
ANEXO 9. ENTREGA DE MERCADERA A LOS USUARIOS	76
ANEXO 10. REVISIÓN EN EL TALLER AUTOMOTRIZ.....	77
ANEXO 11. MERCADERA DISPONIBLES.....	77

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Propuesta de análisis al sistema de pedidos, en la distribución de productos a grandes superficies, por la empresa TECNOVA S.A

Autora: Murga Guerrero Mayra Jessenia

Tutor: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Resumen

El presente estudio tuvo el objetivo de analizar un plan de desarrollo, en la distribución de productos para la mejora de sistema de pedidos, a grandes superficies por la empresa TECNOVA S.A. Se aplicó la metodología descriptiva, cuantitativa, de campo, bibliográfica, con utilización de la encuesta aplicada a los empleados de la compañía, cuyos hallazgos indicaron que no siempre estuvieron disponibles todos los recursos suficientes, para realizar la distribución de productos (baterías) en el tiempo oportuno para el cliente, siendo frecuentes los atrasos y garantías del producto, generando reclamos de los clientes, cuyas causas fueron el incorrecto perchado de baterías, la generación de órdenes de compras en días no establecidos, fatal de formación y capacitación del personal en lo relacionado al manejo, control y mejoramiento de los sistemas de pedidos, situación que está afectando la productividad de las operaciones de la empresa, a la vez que genera insatisfacción en los clientes. En conclusión, se proponer fortalecer por medio de un sistema automatizado con códigos de barras complementado con un componente web para los pedidos y la distribución de productos a los clientes, para que se genere un impacto significativo en el nivel de satisfacción de los compradores, a través de la capacitación de los recursos humanos, adquisición de un sistema de pedidos.

Sistema

Pedidos

Distribución

Productos

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE: TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

Proposal of analysis to the system of orders, in the distribution of products to large surfaces, by the company TECNOVA S.A.

Autora: Murga Guerrero Mayra Jessenia

Tutor: Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

Abstract

The present study had the objective of analyzing a development plan, in the distribution of products for the improvement of order system, to large surfaces by the company TECNOVA S.A. The descriptive, quantitative, field, and bibliographical methodology was applied, with the use of the survey applied to the company's employees, whose findings indicated that not all the sufficient resources were available to carry out the distribution of products (batteries) in the opportune time for the client, being frequent the delays and guarantees of the product, generating complaints of the clients, whose causes were the improper perché of batteries, the generation of orders of purchases in days not established, fatal of formation and qualification of the personnel in the related to the management, control and improvement of order systems, situation that is affecting the productivity of the company's operations, while generating customer dissatisfaction. In conclusion, it is proposed to strengthen the ordering system and the distribution of products to customers, so that a significant impact is generated in the level of satisfaction of the buyers, through the training of human resources, acquisition of a system of orders

System

Orders

Distribution

Products

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

La aparición de la gestión logística en la década de los 80, causó un impacto positivo en las organizaciones económicas de aquel tiempo, surgiendo con ello también, la gestión de pedidos y distribución, la cual relaciona a la empresa con los canales de comercialización y con el cliente y desde sus inicios mantuvo la expectativa de integrar estos procesos, debido a que las necesidades de los clientes ingresan como el insumo principal del negocio, el cual debe ser atendido de manera eficiente por la organización.

Si bien es cierto, la región de Latinoamérica tardó más de una década en implementar los sistemas de gestión de pedidos y distribución en sus organizaciones, sin embargo, la evolución de las normativas de estandarización de los negocios y de los sistemas tecnológicos, obligó a las entidades a mantener procesos integrados con los canales de comercialización y los clientes, debido a que los primeros en mención, pueden beneficiar o afectar las ventas, dependiendo de las condiciones en que se relacionen con los clientes.

Las experiencias a nivel internacional, generaron también que la matriz productiva ecuatoriana fortaleciera su sistema logístico, por lo que entró a regir en el siglo XXI todo lo relacionado a la gestión de pedidos y distribución, más aún en aquellas organizaciones que utilizan canales indirectos para la comercialización de sus productos y por lo tanto,

requieren el concurso de canales de distribución adecuados para asegurar el éxito competitivo esperado.

En la actualidad se observa la importancia y la necesidad de iniciar una investigación que permita mejorar el funcionamiento del área de distribución y logística dentro de la empresa, que agilice todos sus procesos y que permita llevar de forma eficiente el producto al consumidor. Estos procesos se relacionan con el embalaje, almacenaje, transporte y distribución; para ofrecer a los clientes la mercancía en el lugar indicado, en el momento correcto, en el tiempo preciso.

El problema radica en que las grandes superficies mantienen un sistema de pedidos obsoletos, el cual no permite generar nueva orden de compra hasta que su stock se encuentre en cero, lo cual afecta a TECNOVA S.A, por cuanto pierde de vender por el desabastecimiento de ellos, el departamento procesa rápidamente los pedidos y envía los artículos puntualmente. A menudo se utiliza un sistema de cómputo para acelerar el ciclo pedido-envió-factura, utilizando sistemas de gestión informatizada de la distribución.

En la actualidad en el mercado existen diversas marcas de baterías lo que representa una amenaza, al no tener el stock necesario le permite al usuario final adquirir la que encuentra a disposición, más aún cuando las empresas que manufacturan este tipo de bienes no comercializan los mismos de manera directa, sino que requieren del concurso de los canales de comercialización, por lo que el mantenimiento del stock adecuado es una medida de mayor repercusión en este tipo de entidades, como es el caso de TECNOVA S.A. que expende las baterías a través de las grandes superficies.

La falta de comunicación entre el jefe de despacho y el área de producción, hace que la entrega no se cumpla en su totalidad, por falta de

gestión en la hora de realizar pedido. Es necesaria la implementación de estrategias adecuadas dentro de la empresa, que permita el control de todas las actividades, encontrando las fallas y dando solución a cada una de ellas, para que la empresa no tenga pérdidas tanto monetarias como de imagen, debido a demoras en la distribución y por las devoluciones de mercadería.

Ubicación del problema en un contexto

TECNOVA S.A es una empresa dedicada a la producción y comercialización de Baterías Bosch, Tiene su planta ubicada en la Provincia del Guayas, Cantón Guayaquil en el Parque Industrial Pascuales Km. 16 ½ vía Daule, con un área de 270 metros cuadrados construidos, maquinarias y tecnología de punta, recurso humano altamente calificado y con capacidad para enfrentar las exigentes condiciones del mercado.

Brinda el servicio de transporte y distribución de sus productos por medio de camiones propios. Y sus oficinas ejecutivas en el norte de la ciudad en las calles Av. Las Monjas # 10 y Carlos Julio Arosemena, en el Edificio Hamburgo, en el cual encontramos un taller automotriz donde se brinda el servicio de chequeos de batería e instalaciones de la misma de manera gratuita y a la vez se gestiona las garantías ya sea por daño de fábrica u otro inconveniente y una sala de ventas con otros productos derivados.

La distribución de los productos que comercializa TECNOVA S.A, se la lleva a cabo a través de las grandes superficies, que están representados por almacenes y comisariatos que comercializan las baterías de la marca Bosch, que manufacturan la compañía en mención. Esto significa que el problema de la investigación se suscita en las grandes superficies.

Situación conflicto

La situación conflicto surge por la irregularidad de distribución de productos a grandes superficies, lo que genera una mala percepción por parte de nuestros clientes finales, es necesario reflexionar para desarrollar, aplicar y fortalecer la gestión de las entregas de mercaderías y lo que implica para la empresa, los requerimientos de un sistema de calidad para optimizar los resultados de atención y brindar un servicio de excelencia a nuestros usuarios.

En los últimos años, el interés por la distribución ha cobrado relevancia, antes solía enfocarse básicamente en una entrega inmediata con el fin que el consumidor final pueda ser beneficiado. En la actualidad, el personal también requiere habilidades en cuanto a trabajo en equipo, toma de decisiones y comunicación. Conforme las empresas avanzan más en los aspectos tecnológicos y de computación garantizando una elevada satisfacción de las demandas internas.

Existe falta de comunicación entre el jefe de despachos y el área de producción, hace que la entrega no se cumpla en su totalidad.

Cuadro 1. Distribución

Antecedentes	Consecuencias
<ul style="list-style-type: none">• Sistema de pedidos obsoletos	<ul style="list-style-type: none">• Pérdidas de ventas
<ul style="list-style-type: none">• Generan órdenes de compra en días no establecidos	<ul style="list-style-type: none">• Atraso al entregar productos
<ul style="list-style-type: none">• Productos mal perchados	<ul style="list-style-type: none">• Caducidad de productos, devoluciones

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia

Formulación del problema

¿Cómo incide el sistema de pedidos, en la distribución de productos, a grandes superficies por la empresa TECNOVA S.A ubicada en la ciudadela Urdesa, de la ciudad de Guayaquil, en el año 2018?

Delimitación del problema

Campo: Administración

Área: Logística

Aspectos: Sistema, pedido, distribución, productos

Tema: Propuesta de análisis al sistema de pedidos, en la distribución de productos a grandes superficies, por la empresa TECNOVA S.A

Variables de la investigación

- **Variable independiente:** Sistema de pedidos
- **Variable dependiente :** Distribución de productos

Objetivos de la investigación

Objetivo General

Analizar un plan de desarrollo, en la distribución de productos para la mejora de sistema de pedidos, a grandes superficies por la empresa TECNOVA S.A.

Objetivo Específicos

- Fundamentar teóricamente el sistema de pedidos y distribución de productos.
- Diagnosticar el proceso actual del sistema de pedidos y distribución de productos.
- Proponer un plan de acción en el sistema de pedidos y distribución de productos.

Alcance

El alcance de este proyecto es a nivel Nacional, tomando de referencia las ciudades de Guayaquil y Quito como puntos estratégicos de distribución, para así atender la demanda de todo el país de una forma ágil y oportuna.

Justificación e Importancia

El proyecto propuesto busca, encontrar soluciones concretas a los problemas y situaciones internas que inciden en los resultados del proceso de distribución de la empresa "TECNOVA S.A", contribuyendo al mejoramiento del sistema de pedidos, de los productos. Por un lado, generará beneficios a las denominadas grandes superficies y a la empresa, la cual abrirá nuevos caminos para empresas que presenten situaciones similares.

Hoy en día, el entorno es muy dinámico y la competencia es cada vez más fuerte para las organizaciones que producen bienes o servicios de cualquier naturaleza, por el cual, para que una empresa logre mantener en el mercado y crezca, es necesario que su estructura interna este claramente definida para que los procesos que lleva a cabo tengan un

orden y una razón de ser, encaminándose a la consecución de su misión y visión corporativa.

Solamente se podrá competir brindando un excelente servicio, calidad en los productos y puntualidad en las entregas, gracias a una clara definición en las funciones de cada uno de los miembros de la organización y adicionalmente un trabajo conjunto entre las áreas, logrando sinergia en todos los procesos para conseguir una armonía en el desarrollo de los objetivos de la empresa para asegurar una venta y postventa de alta calidad que le permita obtener gran reconocimiento y posicionamiento en el mercado.

El tema que se desarrolla, demuestra como logística le proporciona una posición estratégica, un alto grado de productividad y por ende de competitividad, lo que puede hacer que la compañía sea líder en su mercado y crezca cada día más, teniendo como premisa la satisfacción del cliente. El estudio se aplica al proceso que determina el óptimo cumplimiento de los pedidos de los clientes, con el fin de encontrar los puntos críticos y crear planes de acción que permitan la solución del problema planteado, partiendo de un diagnóstico general, y siguiendo con un orden de actividades donde se involucra el análisis de cada uno de los cargos, con su respectiva evaluación y control, y el correcto cumplimiento de las funciones.

De esta manera, se pone como herramienta de diagnóstico, analizar y observar la forma de cómo se llevan a cabo las actividades del área de logística, utilizando la observación directa de las personas involucradas dentro del proceso de cumplimiento de pedidos y las causas que lo atrasan. Lo anterior permitirá a los investigadores, contrastar los diferentes conceptos administrativos con el fin de crear una ventaja competitiva para la empresa y una evolución a nivel interno mejorando el clima organizacional.

Los beneficiarios directos de la investigación son los clientes, quienes mantienen la expectativa de satisfacer sus necesidades de compras de baterías, cuando buscan este tipo de productos en los almacenes o grandes superficies a los que acuden, aunque también se beneficia la empresa TECNOVA S. A., su personal y las grandes superficies, porque el primero y el tercero en mención, pueden comercializar en mayor medida sus bienes, mientras que el segundo se beneficia a través de la estabilidad laboral en su puesto de trabajo.

Viabilidad

La viabilidad técnica de la investigación, está sustentada en la disponibilidad de los recursos por parte de la empresa TECNOVA S. A. y de las grandes superficies, para hacer frente a la problemática actual y para ejecutar la propuesta que se plantea posterior al diagnóstico de la misma, como se podrá observar más adelante, por lo que técnicamente, existen todos los recursos y se encuentran disponibles para garantizar el desarrollo fiel del mismo.

La viabilidad administrativa de la investigación consiste en que existe suficiente voluntad por parte de la alta dirección de TECNOVA S. A. y de las grandes superficies para hacer frente a la problemática y solucionarla con base en un diagnóstico adecuado. En efecto, cuando se manifestó a la administración sobre el desarrollo de este estudio, existió un acuerdo general por parte de las autoridades, para garantizar el acceso a la información.

La viabilidad jurídica o legal está sustentada en que la presente investigación guarda relación con las políticas y estrategias organizacionales que deben establecer una firme conexión con el régimen de desarrollo establecido en la Constitución de la República en el Art. 275 y subsiguientes, así como también con el Art. 4 del Código de la

Producción, con el quinto objetivo del Plan Nacional de Desarrollo, denominado con el apelativo de Toda Una Vida, que aspira al fortalecimiento de la matriz productiva nacional.

La viabilidad humana guarda relación con el acuerdo general que tuvo el desarrollo de la investigación ante los directivos y personal en general de la empresa TECNOVA S. A. y de las grandes superficies, quienes estuvieron completamente de acuerdo en brindar el acceso a los investigadores para que puedan aportar con soluciones que puedan garantizar el mejoramiento de la gestión de pedidos y la distribución de baterías hacia las grandes superficies.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Fundamentación teórica

Antecedentes históricos

La logística como actividad empresarial es antigua y podría decirse que es lo que antes se conocía como distribución. Tiene sus orígenes en la actividad militar que desarrollo esta herramienta para abastecer a las tropas con los recursos y pertrechos necesarios para afrontar las largas jornadas y los campamentos en situación de guerra. Transcendió el ámbito empresarial hace poco más de 5 décadas y ha sido este donde ha encontrado su mayor campo de desarrollo. (Anaya, 2013)

Desde hace poco más de una década hasta el día de hoy. La función logística empresarial ha tomado fuerza debido a que los mercados se han vuelto más exigentes, la integración y la globalización son un hecho; las firmas tienen que competir con empresas de todo el mundo y deban atender de la mejor manera a todos y cada uno de los clientes. Además, la aparición de nuevas tecnologías de información ha traído como consecuencia menores tiempos y costos de transacción. Esto ha obligado a las empresas a tomar más en serio la gestión logística, si es que desean continuar siendo competitivas, convirtiéndola más que una ventaja competitiva, en una necesidad competitiva. (Arias, 2015)

El concepto de logística es uno de los más utilizados dentro de las nuevas corrientes de administración de negocios. Para algunos autores la logística comprende el flujo eficiente de productos e información desde el

proveedor, durante el procesamiento, hasta que el producto o servicio, llegue al consumidor final. Se incluye, el proceso inverso, es decir, el caso de alguna devolución por parte del consumidor al distribuidor o fabricante. (Arango, Adarme, & Zapata, 2012)

Si se retrocede en el tiempo puede verse que la logística como tal, no surgió hace un par de años como podría creerse. Si bien, la logística tuvo sus orígenes en el mundo militar, este se retoma al siglo VII antes de Cristo. En esa época, en Grecia en el ámbito militar se encontraba el "Logistiko", encargado principalmente de determinar las cantidades de pertrechos que se necesitarían para avanzar de acuerdo a los planes. Por lo tanto, este Logistiko en una primera instancia era solo un calculista. Posteriormente, en el siglo II después de Cristo, aproximadamente, en la época romana, surgió el "Logista", cuya misión era la de proveer los suministros necesarios a las tropas. (Arrobo, 2013)

Pero esta actividad no solo incluía abastecer de las cantidades requeridas, sino también, de buscar las mejores fuentes de aprovisionamiento (proveedores) y entregar a las unidades pertinentes. Así, con el tiempo, la logística se fue posicionando a nivel operativo, táctico y estratégico en el mundo de la milicia. Producto de los buenos resultados generados por esta actividad al interior de la milicia es que el mundo empresarial decidió importar el concepto y aplicarlo. (Barberis, 2013)

En 1956-65, la logística y las actividades de distribución fueron centralizadas desde toda Europa en esta instalación de almacenamiento de última tecnología. Desde su inauguración, se está convirtiendo en el método elegido por un creciente número de clientes, ya que permite hacer pedidos las 24 horas del día, siete días a la semana, así como acceder en directo al estado del pedido y a la información del historial. Las mejores prácticas empleadas en el centro, la aplicación de técnicas de producción

ajustada, tecnología avanzada y sistemas de gestión integrada para maximizar la eficiencia ayudan a garantizar que los clientes reciben el más alto nivel de calidad y servicio. El análisis del servicio recibido por los clientes es constante y continuamente se dan los pasos necesarios para mejorar el rendimiento, ya que éste es para nosotros el punto de referencia frente a otras empresas destacadas en nuestro campo de operaciones. (Barquin, 2013)

En 1983, México firmó una carta de intención con el Fondo Monetario Internacional, en la que se comprometía a llevar a cabo una revisión de los sistemas de protección Arancelaria y a iniciar procesos de desregulación y simplificación administrativa en todas las áreas de la economía nacional, el 17 de diciembre de 1992 se firmó el Tratado de Libre Comercio mismo que entro en vigor el 1 de enero de 1994. A partir de entonces, la apertura comercial que trajo el TLCAN ha significado una demanda creciente en el sector exportador e importador de México, así como muchos otros sectores productivos y de servicios relacionados. Desde un punto de vista logístico, esto no solo ha demandado el simple traslado o arrastre de la carga entre países, sino que además ha implicado el establecimiento de estrategias para la eficiente administración de las cadenas de suministro involucrado tanto al sector público como al privado (productores, comercialización y proveedores) y que han implicado el desarrollo de mecanismos, procesos, talento y recursos varios con el objetivo de ir transformando la logística mexicana en una disciplina más competitiva, productiva, integrada y especializada . (Espinoza, 2012)

Es así, que, durante este periodo de tiempo, se comenzaron a fortalecer algunos factores que son considerados de apertura comercial. Finalmente, después de llevar al cabo un amplio proceso no había formación universitaria que abordara temas de logística específicos, la educación existía parcialmente y en un nivel más técnico. Sin embargo, el

aumento en la demanda de servicios de este tipo ha generado una evolución en la educación. Hoy en día, se pueden encontrar planes de estudio a nivel licenciatura o maestría, así como diplomados especializados en temas de logística, lo que ha permitido una profesionalización. Incluso empresas y proveedores, están ofreciendo a sus empleados cursos de capacitación en diversos temas, permitiendo con esto el desarrollo personal, mientras que al mismo tiempo mejora su capacidad de servicio. (Betancourt, 2016)

La evolución que ha existido en relación a la oferta de servicios y soluciones que proveedores logísticos ofrecen en mercado mexicano es un dato no menor lo cual ha contribuido a trasladar beneficios a sus clientes en términos de costos y a mejora en los niveles de atención al cliente a través de la excelencia y experiencia operativa.

Dentro del crecimiento de la logística en México la tendencia sigue y seguirá siendo hacia la apertura del mercado orientada a la globalización, que permite la competitividad entre regiones y que al mismo tiempo es apoyada por todos los componentes, se prevé que el uso de 3PLs en la industria mexicana continúe en aumento debido a los beneficios que ofrece, entre los que se encuentran la disminución de costos logísticos y la mejora en los niveles de servicio. (Cabriles, 2014)

Sin embargo, muchos son los retos aun de la logística doméstica e internacional en la actualidad. Algunos que destacan son: la visibilidad de inicio a fin en las cadenas de suministros globales, seguridad de la mercadería y en general de los activos, adecuación y cumplimiento a las leyes y reglamentos para una logística más competitiva, más integral y más segura entre otros.

Era el año 1889 y aun cuando Santiago de Guayaquil no tenía sino unas 20 cuadras de largo por unas tres o cuatro de fondo. Ya era, como lo es

hoy, uno de los puertos comerciales más importantes de América del Sur. La gente emprendedora de esa época había desarrollado varias casas comerciales, invirtiendo fuertes capitales en sus instalaciones y contribuyendo a generar riquezas y trabajo para sus habitantes. (Coromac, 2014)

Estos comerciantes se reúnen en sus casas donde hablaban y deliberaban sobre los asuntos relacionados con sus negocios, entre ellos, defenderse de los abusivos impuestos.

En Guayaquil en el año 1934 el señor Antonio Pino Ycaza, joven emprendedor de entonces 23 años de edad, se inició en el negocio automotriz distribuyendo productos americanos como Llantas Lee, Baterías Exide, Lubricantes Mobil Oil, entre otros. En octubre de 1936, Goodyear le concedió la distribución de sus productos y dos años más tarde, en abril de 1938, consiguió la distribución de Yale, marca mundialmente reconocida de montacargas y equipos para manejo de carga. (Arias A. , 2015)

Conforme dijo, Philip Kotler y Gary Armstrong (2005) distribución es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial.

Consumidor usuario final a quien va dirigido el proceso de distribución. De acuerdo con, Kotler y Armstrong, (1987) distribución desplaza bienes y servicios de los productores a los consumidores, y elimina las brechas importantes de tiempo, lugar y posesión que separan los bienes y servicios de quienes los usarán. Los miembros del canal de marketing desempeñan muchas funciones clave.

En la actualidad las empresas han empezado a reconocer el gran impacto que tiene la logística en la realización de su actividad y en la obtención de una ventaja competitiva, pues la logística constituye un proceso importante del cual se deriva la coordinación de las diversas actividades organizacionales, con el fin de llegar al cliente de la mejor manera y por consiguiente lograr obtener una ventaja frente sus competidores.

Es decir, la logística se encarga de dar un buen manejo a los diversos factores como el aprovisionamiento de materias primas, almacenamiento, inventarios tanto de materias primas como de productos terminados, la producción y finalmente la distribución con el fin de llegar al consumidor final y obtener mayores beneficios derivados de toda una cadena logística (Cabriles, 2014)

De tal manera se hace importante comprender “la cadena de abastecimiento como un proceso que busca alcanzar una visión clara del suministro de materias primas, componentes o productos semi-elaborados que conlleva a hacer pedidos a los proveedores, el transporte, almacenaje y suministro de fábrica basado en un trabajo conjunto de proveedores, fabricantes, depósitos y negocios minorista para que la mercancía se produzca y distribuya en las cantidades correctas, lugares adecuados, en tiempo justo con objeto de minimizar los costos que no agregan valor y mejorar la calidad y el cumplimiento” (Franco, 2008, pág. 17)

Por lo tanto, se define como distribución a “el movimiento y manipulación de los productos o servicios desde la fuente de producción hasta el punto de consumo o uso con o sin la presencia de intermediarios”. (Chiavenato, 2014), es decir las empresas se encuentran en la capacidad de distribuir sus propios productos o acceder a agentes intermediarios que faciliten la distribución evitando así incurrir en altos costos.

De acuerdo a lo mencionado anteriormente es importante resaltar que la gestión de todos los procesos logísticos ayuda a proporcionar a las empresas una ventaja competitiva ante sus competidores, identificando que esta “constituye una destreza o habilidad especial que logra desarrollar una organización además de ser un factor diferencial en las características de una empresa, un producto o servicio que los clientes o consumidores perciben como único o determinante” (Mauleon, 2006, pág. 22)

Así que su objeto principal consiste en “proporcionar un flujo interrumpido de materiales, suministros y servicios necesarios para el funcionamiento de la empresa además de mantener unas normas de calidad adecuadas como también buscar y mantener suministradores competentes, realizando compras al precio más bajo posible y por último conseguir relaciones de trabajo productivas y armoniosas con otros departamentos de la organización” (Prado, pág. 41)

Antecedentes Referenciales

Tema: Propuesta de mejoramiento del centro de distribución de HEWLETT PACKARD COLOMBIA LTDA, ubicado en la zona franca de la ciudad de Bogotá, integrando la gestión de las áreas comercial y logística en pro de los objetivos corporativos del autor Baptiste Espinosa, Adriana en 2004 Problema: demoras en despacho por liberación de crédito de las órdenes y desconocimiento de procesos. Semejanzas: este plan busca mejorar la distribución de productos para obtener un buen resultado en cuanto a su entrega.

Tema: Propuesta de mejoras en los procesos logísticos de un centro de distribución de una empresa de tiendas de conveniencias mediante de las técnicas de simulación por Cabrera Linares, Isaac en 2014 Problema: las competencias que enfrentan las empresas son numerosas, la gran

demanda y los crecientes requerimiento de los consumidores en cuanto a la calidad, flexibilidad, funcionalidad y bajo costos han forzado a las diferentes organizaciones a realizar sus procesos logísticos. Semejanzas: Hace similitud con la propuesta en la mejora de distribución de productos, lo cual busca una solución para que no se den retrasos en la entrega.

Tema: Propuesta para el abastecimiento de los puntos de venta de SURTIMAX desde el centro de distribución de granos.

Problema: la empresa no cuenta con operación logística y planificación de los procesos que se realizan dentro de la organización, por esta razón existe deficiencia en la distribución de planta, sistema de almacenamiento inadecuado y distribución de productos inapropiados que impiden eficiencia en la cadena de abastecimiento de la empresa.

Tema: Plan de mejoramiento y análisis de la gestión logística del almacenamiento en la organización HERVAL LTDA

Problema: características del proceso logístico de almacenamiento y los planes de acción que permitirán un mejoramiento en el área de estudio para la empresa. Semejanzas: este plan busca realizar un mejoramiento en el proceso logístico y almacenamiento.

Tema: Propuesta de una red para la distribución de productos plásticos en la empresa MULTIPLAST de la ciudad de Loja.

Problema: el abastecimiento debe ser analizado dependiendo de las exigencias de cada empresa, por lo que se considera que el depósito debe constar de las mejores condiciones para el almacenaje y verificar que el producto se encuentre perfecto para el despacho a los clientes. Además la distribución debe optimizar los recorridos analizando distancias, horarios y viabilidad.

Tema: Propuesta del sistema logístico de distribución para las regionales del centro, SANTANDER y eje cafetero de una empresa de consumo masivo.

Problema: la empresa no cuenta con sistema de distribución que permita mejorar el margen de rentabilidad y la competitividad. Además presenta una crisis financiera que ha afectado el ingreso.

Fundamentación legal

En la Constitución de la República del Ecuador 2008

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y Potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la constitución
2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.
3. Fomentar la participación y el control social, con reconocimiento de las diversas identidades y promoción de su representación equitativa, en todas las fases de la gestión del poder público.
4. Recuperar y conservar la naturaleza y mantener un ambiente sano y sustentable que garantice a las personas y colectividades el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, y a los beneficios de los recursos del subsuelo y del patrimonio natural.
5. Garantizar la soberanía nacional, promover la integración latinoamericana e impulsar una inserción estratégica en el contexto internacional, que contribuya a la paz y a un sistema democrático y equitativo mundial.

6. Promover un ordenamiento territorial equilibrado y equitativo que integre y articule las actividades socioculturales, administrativas, económicas y de gestión, y que coadyuve a la unidad del Estado.

7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 277.-Para la consecución del buen vivir, serán deberes generales del Estado:

1. Garantizar los derechos de las personas, las colectividades y la naturaleza.

2. Dirigir, planificar y regular el proceso de desarrollo.

3. Generar y ejecutar las políticas públicas, y controlar y sancionar su incumplimiento.

4. Producir bienes, crear y mantener infraestructura y proveer servicios públicos.

5. Impulsar el desarrollo de las actividades económicas mediante un orden jurídico e instituciones políticas que las promuevan, fomenten y defiendan mediante el cumplimiento de la Constitución y la ley.

6. Promover e impulsar la ciencia, la tecnología, las artes, los saberes ancestrales y en general las actividades de la iniciativa creativa comunitaria, asociativa, cooperativa y privada. (Asamblea Constituyente, 2008)

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones 2008

Art. 3.- el presente código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones

para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eco-deficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

Art. 4.- Fines la presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines:

- a.** Transformar la Matriz Productiva, para que esta sea de mayor valor agregado, potenciadora de servicios, basada en el conocimiento y la innovación, así como ambientalmente sostenible y ecoeficiente;
- b.** Democratizar el acceso a los factores de producción, con especial énfasis en las micro, pequeñas y medianas empresas, así como de los actores de la economía popular y solidaria;
- c.** Fomentar la producción nacional, comercio y consumo sustentable de bienes y servicios, con responsabilidad social y ambiental, así como su comercialización y uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas;
- d.** Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales;
- e.** Generar un sistema integral para la innovación y el emprendimiento para que la ciencia y tecnología potencien el cambio de la matriz productiva; y para contribuir a la construcción de una sociedad de propietarios; productores y emprendedores;
- f.** Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza;

- g.** Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables;
- h.** Regular la inversión productiva en sectores estratégicos de la economía, de acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo;
- i.** Promocionar la capacitación técnica y profesional basada en competencias laborales y ciudadanas, que permita que los resultados de la transformación sean apropiados por todos;
- j.** Fortalecer el control estatal para asegurar que las actividades productivas no sean afectadas por prácticas de abuso del poder del mercado, como prácticas monopólicas, oligopólicas y en general las que afecten el funcionamiento de los mercados;
- k.** Promover el desarrollo productivo, del país mediante un enfoque de competitividad sistemática, con una visión integral que incluya el desarrollo territorial y que articule en forma coordinada los objetivos de carácter macroeconómico, los principios y patrones básicos del desarrollo de la sociedad, las acciones de los productores y empresas; y el entorno jurídico – económico;
- l.** Impulsar el desarrollo productivo en zonas de menor desarrollo económico;
- m.** Establecer los principios e instrumentos fundamentales de la articulación internacional de la política comercial de Ecuador,
- n.** Potenciar la sustitución estratégica de importaciones;
- o.** Fomentar y diversificar las exportaciones;
- p.** Facilitar las operaciones de comercio exterior;
- q.** Promover las actividades de la economía popular, solidaria y comunitaria, así como la inserción y promoción de su oferta productiva estratégicamente en el mundo, de conformidad con la Constitución y la ley;

- r. Incorporar como un elemento transversal en todas las políticas productivas, el enfoque de género y de inclusión económica de las actividades productivas de pueblos y nacionalidades;
- s. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente;
- t. Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica. (Asamblea Nacional, 2010)

Variables de la Investigación

Variable Independiente: Sistema de Pedidos

La preparación de pedidos se constituye en un aspecto decisivo para la competitividad de la empresa, por lo cual garantiza siempre la precisión y rapidez del servicio, con el fin de satisfacer los requerimientos del cliente. La innovación se convierte en pieza fundamental para el desarrollo de sistemas flexibles y eficaces garantizando el control de todo el proceso. (Burgos, 2015)

Un sistema de gestión de pedidos, mejora su inventario, flujo de transporte y devoluciones.

Variable Dependiente: Distribución de Productos

Desde que un producto empieza a producirse hasta que finalmente llega a manos del cliente, pasa por toda una serie de etapas o procesos, la parte fundamental para que el producto llegue a estar en posesión del cliente es la distribución. (Velazquez, 2016)

Es importante trabajar por un buen canal de distribución, el cual permite brindar seguridad y tranquilidad a la empresa, asegurándose que el

producto llegara en condiciones óptimas a manos del cliente, cumpliendo con los plazos establecidos, con el objetivo de brindar confianza y ofrecer un servicio excelente y 100% confiable.

“La distribución es un sistema que mueve físicamente los productos desde donde se producen al sitio en que se puede tomar posición de ellos y utilizarlos” – Robert W. Frye

La distribución se trata de cubrir y satisfacer las necesidades del cliente en todos los aspectos, es necesario garantizar la accesibilidad al cliente. Es un conjunto de actividades desde que el producto se elabora por el fabricante, hasta que es comprado por el consumidor

Definiciones conceptuales

Sistema: La palabra sistema procede del latín systēma, y este del griego σύστημα (sistema), identificado en español como “unión de cosas de manera organizada”. De esta palabra se derivan otras como antisistema o ecosistema.

Los elementos que componen un sistema pueden ser variados, como una serie de principios o reglas estructuradas sobre una materia o teoría. Por ejemplo: un sistema político o un sistema económico. La palabra sistema no se debe confundir con el término aparato, ambas tienen significados y usos diferentes.

Pedidos: Una orden de compra o nota de pedido es un documento que un comprador entrega a un vendedor para solicitar ciertas mercaderías. En él se detalla la cantidad a comprar, el tipo de producto, el precio, las condiciones de pago y otros datos importantes para la operación comercial.

Distribución: Es aquel conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido comprado. La distribución de productos de marca, puede llegar a una relación ruin e insana entre proveedor y distribuidor pudiendo generar controversia dentro de la empresa, que tiene por objeto precisamente hacer llegar el producto (bien o servicio) hasta el consumidor, de cualquier forma a cualquier precio y desprestigiando la marca que representa en la mayoría de los casos pudiendo incluso interponerse entre el fabricante y consumidor final. La distribución comercial es responsable de que aumente el valor tiempo y el valor lugar a un bien. Por ejemplo, una bebida refrescante tiene un valor por su marca, imagen etc., la distribución comercial aumenta el valor tiempo y valor lugar poniéndola a disposición del cliente en el momento y lugar en que la necesita o desea comprarla. Pero también puede hacerte perder operaciones millonarias sin sentido alguno aprovechando la competencia y sus conocimientos de la marca. Otro ejemplo sería una operación directa entre fabricante y consumidor donde la competencia es nula por características técnicas, el distribuidor puede aprovechar para ofrecer más caro de lo habitual un producto a un competidor para que este gane una operación con tu artículo de características únicas. (Barberis, 2013)

Productos: Un producto es un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. Por tanto, en marketing un producto no existe hasta que no responda a una necesidad, a un deseo. La tendencia actual es que la idea de servicio acompañe cada vez más al producto, como medio de conseguir una mejor penetración en el mercado y ser altamente competitivo. (Gottret & Lundy, 2011)

Inserción: A través de la palabra inserción es posible dar cuenta de la acción de incluir una cosa en otra, o bien de incluir a un individuo dentro

un grupo cuando este por x razón aún no ha logrado ingresar en él. La palabra que nos ocupa presenta un uso muy frecuente a instancias del ámbito social, ya que es justamente a través de ella que se puede dar cuenta de la acción de introducir a una persona en un grupo social, comunidad, sociedad.

Coadyuvar: Se emplea en el ámbito del **derecho**. Se conoce como **coadyuvante** al sujeto que forma parte de un proceso para defender sus intereses pero que se encuentra en una posición de **subordinación** respecto a una de las partes, a la cual asiste de manera instrumental. (Martínez & Savall, 2014)

Externalidades: Se definen como decisiones de consumo, producción e inversión que toman los individuos, los hogares y las empresas y que afectan a terceros que no participan directamente en esas transacciones. A veces, esos efectos indirectos son minúsculos. (Mora, 2014)

Gerente de Abastecimiento: Dirige las compras de una organización. Responsable de ubicar fuentes de abastecimiento de recursos, seleccionar proveedores, negociar contrataciones. Coordinación con la gestión de materiales y de producción para asegurar la entrega a tiempo de los materiales adecuados. Es fuente de datos primarios para el análisis de aumento de los niveles de servicio a menores costos.

Gerente de Almacenamiento: Debe lograr una operación eficiente de las instalaciones de almacenamiento comercial o industrial o de centros de distribución. Gestión de las actividades internas de recepción y depósito de mercaderías, inventario y reclamos. Involucra las actividades externas de seguimiento de pedidos, reposición de inventario y despacho. Responsable de presupuesto, servicio al cliente, operación de instalaciones y equipo. Administración global de la gestión de inventario,

productividad, eficacia y prevención de faltantes para asegurar la obtención de los requerimientos del cliente. (Maldonado, 2015)

Gerente de Análisis de Sistemas: Realiza el soporte de análisis de información en la gestión de la planificación y los procesos logísticos. Abarca el diseño, el desarrollo y la implementación de los métodos y procedimientos de recopilación de datos y de elaboración de informes. Función de coordinación técnica y asesor interno en lo referido a necesidades y requisitos del procesamiento de datos. Produce soluciones tecnológicas para resolver problemas de usuarios. (Pérez & Veiga, 2013)

Gerente de la Cadena Logística Integral: Revisa los procedimientos y advierte las oportunidades de mejorar la fluidez de la producción, el abastecimiento, el almacenamiento, la distribución y la presupuestación financiera para obtener las necesidades de distribución del producto. Dirige las acciones de control de costos, de reducción de desvíos, de servicio al cliente y de seguridad. Toma decisiones que afectan al movimiento, depósito y procesamiento del inventario. (Gómez & Varo, 2013)

Gerente de Logística: Abarca una variedad de funciones logísticas que incluye a operaciones de almacenamiento y distribución, pronóstico, planeamiento, sistemas logísticos, servicio al cliente y compras. Gestión del personal del área. Dirige las operaciones cotidianas. Coordina la tercerización de operaciones con proveedores logísticos y otros participantes de la cadena de abastecimiento. (Rubio & Villaroel, 2014)

Gerente de Logística Internacional: Trabaja muy vinculado con producción, marketing y compras para crear cadenas de abastecimiento de importación y exportación eficientes en tiempo y costo. Se responsabiliza por el manejo técnico de las particularidades del transporte internacional: multimodalidad, documentación compleja, regulaciones

aduaneras diversificadas, desarrollo de estrategias de distribución y de relaciones con los intermediarios logísticos. Funciona como un solucionador de problemas, interviniendo en los problemas inherentes al movimiento de cargas en largas distancias y al mantenimiento de inventarios en múltiples países. (Polanco, 2012)

Gerente de Inventarios: Desarrolla e implementa planes para optimizar costos de inventario y metas de servicio al cliente en plantas, centros de distribución y/o bocas minoristas. Se responsabiliza por el pronóstico de necesidades, analizando los patrones de movimientos, despliegue de productos, informes de rendimiento y resolución de desvíos. Trabaja con las gerencias de compras y logística para establecer los lotes óptimos de compra, las metas de inventario y los objetivos de rotación. (Arango, Adarme, & Zapata, 2012)

Gerente de Producción: Supervisa la producción en una planta. Responsable de los ingenieros de producción, los subproductos, los operadores de producción y de equipamiento de planta. Coordina la programación de la producción, el control de calidad, los requerimientos laborales, los requerimientos de insumos y el inventario de productos terminados. Gestión de costos dentro del área de producción. (Rios, 2013)

Gerente de Software de Logística: Gestión de los componentes tecnológicos de la distribución, comprendiendo los sistemas operativos de almacenamiento, las comunicaciones electrónicas y los sistemas de toma de pedidos, y los sistemas de soporte. Diseña herramientas para aumentar las mediciones de productividad. Desarrolla sistemas que sustentan la toma de decisiones aplicados al análisis y la optimización de la logística y el transporte. (Polanco, 2012)

Gerente de Transportes: Dirige los sistemas de transporte propio, contratado y tercerizado. Gestión del personal y las operaciones para asegurar la eficiencia y puntualidad de los despachos entrantes y salientes. Planifica y asegura el equipamiento necesario para la estiba, la carga y la entrega de los productos. Responsable de la programación, el ruteo, el presupuesto, la recepción de cartas de porte y la negociación de contrataciones. Trabaja con transportistas y agentes de carga internacional para sincronizar el flujo de productos a través de fronteras y aduanas. (Rios, 2013)

Gestión de la cadena de abastecimiento – SCM: Gestión de la cadena logística entendida como servicio dado por un grupo de empresas comprometido con la satisfacción del consumidor final. (Denham, 2014)

Gestión de calidad total – TQM: Filosofía de gestión que involucra a los sectores de servicios y a los proveedores, además de los sectores productivos y comerciales de una empresa, en la obtención de estándares de calidad ofrecidos al cliente. Plazo de entrega para un encargo. Es el tiempo que transcurre desde la entrada de los datos y pormenores del pedido, hasta que a la salida del almacén dicho encargo está preparado. Está formado por la suma de tiempos de varios factores, entre ellos, más importante, el tiempo dedicado a la preparación propiamente dicha del encargo. (Arias, 2015)

Preparación de pedidos: Acopio de diversos artículos de acuerdo con el pedido del cliente para con todos ellos juntos constituir un lote. En el acopio realizado según el método de orientación dado por el propio pedido, los puestos de acopio son recorridos uno tras otro de acuerdo con una lista global confeccionada (acopio en una etapa): Cuando se trata de pedidos grandes, una parte de la lista global se distribuye para que varios operarios en paralelo vayan cumplimentando el pedido. Si el acopio se hace orientándose por los propios artículos (acopio en dos fases), en la

primera etapa se acopiará un mismo artículo para cumplimentar varios pedidos y en una segunda etapa se distribuirá el artículo entre los correspondientes pedidos. (Coromac, 2014)

Productividad: Es la cantidad de movimientos realizados por un operario específico en un área determinada. Se suele medir unidades (pallets, etc.) por horas. (Gottret & Lundy, 2011)

Rotación de almacén: Es el número de veces que la totalidad de los géneros en el almacén han salido y han sido repuestos, dentro de un periodo de tiempo determinado. El parámetro más común es el económico, si bien, también suele utilizarse el plazo temporal en días. (Gómez & Varo, 2013)

Servicio al Cliente: Planifica y dirige las acciones del equipo de servicio al cliente a fin de satisfacer sus necesidades y sustentar las operaciones de la compañía. Desarrolla procedimientos, establece estándares y administra actividades para asegurar la precisión de la toma de pedidos, la eficiencia del seguimiento de los envíos y la entrega a tiempo de los productos a los clientes. También se responsabiliza por la respuesta efectiva a los requerimientos, los problemas y las necesidades especiales de los clientes. Trabaja mancomunadamente con las funciones de marketing y ventas, logística y transporte para lograr la reducción de los plazos del ciclo de pedidos y mejorar los índices de eficacia al mismo tiempo que se controlan los costos de la atención a clientes. (Anaya, 2013)

Trazabilidad: Es el seguimiento de un producto desde que es fabricado hasta que se localiza en el punto de venta. (Arango, Adarme, & Zapata, 2012)

Tiempo para preparación de pedidos: Es el tiempo empleado y necesario para la confección de un encargo. Para poder determinar el rendimiento general de un sistema de manutención, respectivamente, de un sistema de almacenado, hay que calcular el valor del tiempo promedio empleado por posición. (Arango, Adarme, & Zapata, 2012)

El tiempo de preparación se compone de: el tiempo de viaje, más el tiempo de permanencia. En cuanto al tiempo de permanencia. Según Gudehus éste a su vez se divide en: tiempo de recepción que es el tiempo necesario para recibir información, así como el tiempo invertido en la eventual recogida de contenedores. Puede considerarse como norma, que todo el tiempo durante el cual el vehículo está en movimiento, pertenece al tiempo de viaje, mientras que el tiempo consumido en paradas se considera como tiempo de permanencia.

Tiempo de recogida: Comprende los movimientos de sacar un artículo de la carretilla y depositarlo en la estantería, respectivamente, retirar el artículo de la estantería, llevarlo hasta la carretilla y depositarlo en ésta. (Rios, 2013)

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

Presentación de la empresa

Datos de la Empresa

Nombre de la Empresa: TECNOVA S.A

Nombre de Comercial: BOSCH ECUADOR

Fecha de Constitución: Guayaquil en 1962

Registro Único de Contribuyente: 0990032815001

Objeto social: Producción y Comercialización de Baterías Bosch

Misión

Representamos a Bosch en Ecuador, brindamos soluciones innovadoras y confiables a través de servicios y productos de alta tecnología importados y fabricados localmente para beneficios de nuestros clientes, colaboradores y accionistas.

Visión

TECNOVA S.A será la empresa en los mercados de autopartes, a través de conceptos modernos de fabricación, ventas, marketing agresivo y un programa de servicio efectivos acorde a las tendencias de cada uno de los mercados y con una reconocida orientación al cliente.

Valores Organizacionales

TECNOVA S.A tiene cinco valores fundamentales como lo son:

Compromiso, Respeto, Excelencia, Honestidad y Pasión

Gráfico 1. Logotipo



Fuente: Jessenia Murga

Descripción de la empresa

TECNOVA S.A es una empresa que está dirigida a la fabricación y comercialización de baterías automotrices, TECNOVA S.A se inició con el nombre de ELECTRO DIESEL, al cabo de algunos años tomo el nombre de BATERIAS LUX, la empresa fue fundada en Guayaquil en 1962, asumir desde entonces la representación de la casa alemana Robert Bosch GmbH y sus productos Bosch, en lo que se refiere al área automotriz.

Inicio con la fabricación de baterías de plomo-acido para automóviles, camionetas, camiones, motores estacionarios y marinos, Actualmente maneja toda la importación, distribución y servicio en el Ecuador, tiene todo lo que su vehículo necesita, desde atractivos accesorios, repuestos, baterías, y productos de limpieza interior y exterior, todo para que su experiencia con nuestra empresa sea más placentera e inigualable.

TECNOVA S.A es tecnología e innovación, ya que brinda soluciones confiables para beneficio de sus clientes colaboradores y accionistas. Su propósito desde siempre ha sido satisfacer a los clientes ofreciendo un producto garantizado y de calidad.

Declaración de Identidad

“Innovación para tu vida” el eslogan de la fábrica, alineándose al mismo, con visión hacia el futuro.

TECNOVA S.A brinda soluciones innovadoras y confiables a través de productos y servicios de alta tecnología.

Grandes Superficies

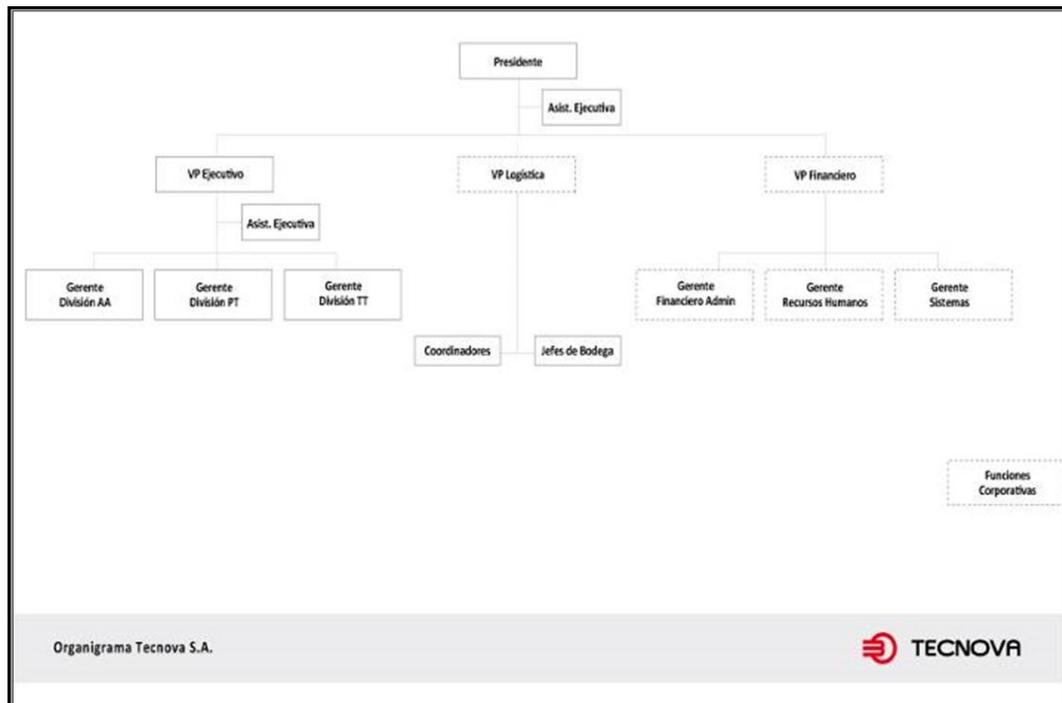
La empresa TECNOVA S.A, es una compañía dedicada a la comercialización de ventas al por mayor y por menor de todo tipo de componentes, suministros, herramientas y accesorios para vehículos automotores. Además es la representante de baterías Bosch en el Ecuador por lo que atiende los requerimientos del mercado o conocidos como grandes superficies.

Dentro de los mercados que TECNOVA S.A, distribuye sus productos se encuentran:

- Megakywi
- Kywi
- Coral
- Ferrisariato
- Hipermercados

La compañía TECNOVA S.A, ha obtenido una excelente acogida dentro del país, por lo que en la actualidad la distribución de sus productos es realizado a nivel nacional, donde se abastece la red de mayorista que cuenta con 58 grandes superficies.

Gráfico 2. Organigrama



Fuente: Tecnova S.A. (2018)

Su estructura organizacional está representada por el organigrama que define el puesto y unidad que señala como deben coordinarse. La jerarquía de TECNOVA S.A esta encabezada por el presidente ejecutivo de la empresa, quien tiene como función controlar los movimientos de la empresa, el cual tiene como subalterno las vicepresidencias, que son personas que se encargan de rendir cuentas al presidente, además de tener toda la responsabilidad del manejo de la empresa.

El tercer nivel, se encuentran las diferentes gerencias, las cuales son: seguridad y salud de calidad, sistema de logística y distribución, apoyados por subgerencias de recursos humanos y ventas.

Por otra parte, el vicepresidente es el encargado de aprobar todo lo solicitado por las diferentes gerencias, este planifica y monitorea ventas, al igual los balances (utilidades), esto con la finalidad de comparar mensualmente si existen bajas en las ventas.

La subgerencia de recursos humanos es quien aprueba gastos en el personal (capacitaciones, viajes, etc.) son los encargados de contratar al personal solicitado, además de realizar visitas periódicas a los sitios de trabajo.

Diseño de la Investigación

Diseño Documental

De acuerdo con Restrepo (2015) menciona que “la investigación documental se trata del método investigativo en la que se realiza la revisión de textos, artículos, bibliografías entre otros documentos existentes en el que se puede extraer información relevante acerca de la temática, gracias a este es posible conocer conceptualmente las principales variables del estudio para luego analizarlas” (p. 18).

De acuerdo a lo expresado anteriormente, investigación documental se caracteriza por la revisión de textos o documentos la cual se asocia con el tipo bibliográfico, sin embargo en la investigación documental el concepto es más amplio, debido a que pueden ser utilizados más que textos o documentos, pueden analizarse base de datos micropelículas, microfichas, diapositivas, planos, discos, cintas y películas que aporten información y den resultados a la investigación.

Diseño bibliográfico

Según Hernández (2013), “el diseño bibliográfico se refiere a la utilización de fuentes secundarias para obtención de la información y la realización de procedimientos muy útiles en el debido campo” (p. 41).

La investigación bibliográfica conforma una etapa importante dentro de la investigación científica la cual sirve para comparar y examinar lo descrito

anteriormente y la realidad del fenómeno que se encuentra en la comunidad. Mediante la investigación bibliográfica se fundamentó el presente estudio con la revisión de libros, textos, páginas web, revistas, periódicos y documentos concernientes.

Diseño de campo

La investigación que se va a realizar es la de campo porque se centra en hacer el estudio donde el fenómeno se da de manera natural, de este modo se busca conseguir la situación lo más real posible. Se pueden incluir también en el diseño la investigación ex post facto, empleando metodología cualitativa ya que va recogiendo datos, analizando e interpretando los datos mediante la observación de lo que las personas hacen y dicen. La investigación cualitativa se refiere a los significados, las definiciones, las características, símbolos, metáforas y descripción de las cosas. Es mucho más subjetiva y utiliza métodos muy diferentes de recogida información, entrevista en profundidad, sobre todo de las personas y grupos de en tratamiento. (Hernández, 2015)

El enfoque con el que cuenta esta investigación es de carácter mixto siendo lo más apropiado para el alcance de los objetivos planteados. Ya que el estudio cualitativo se caracteriza por profundizar los datos, difundirlos, dar una interpretación amplia, contextualizar del ambiente y dar detalles de experiencias únicas, aportando a un punto de vista natural y flexible de los fenómenos a estudiar.

Tipos de Investigación

Cuadro 2. Arquetipo

Exploratoria	Explicativa	Descriptiva	Correlacional
El que se efectúa sobre un tema desconocido poco estudiado, y sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, un nivel superficial de conocimientos. Autor: Fidas G. (2012) p.132	Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. Autor: Fidas G. (2012) p.58	Busca especificar las propiedades, perfiles importantes de personas, grupos, u otro fenómeno que se someta a un análisis Autor: Danhke, (1989) p.117	Tiene como propósito evaluar la relación que exista entre dos o más conceptos, categoría, variables, Autor: Hernández, (2003) p. 121

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

De los cuatro arquetipos presentados vamos a trabajar con la **descriptiva** porque permite guiar el proceso y centrar la investigación en factores cuantificables previamente establecidos, el cual tendrá una recolección y organización de datos, y análisis para toma de medidas y diagnóstico, lo cual permite identificar las áreas que se necesita abordar. (Tamayo y Tamayo, 2015).

La investigación **exploratoria** se refiere a los campos desconocidos del problema y que esto necesita ser aclarados y delimitado de acuerdo al objetivo del estudio, además se incluye revisiones literatura y consultas con especialistas. (Bernard, 2013)

Dentro del estudio **explicativo** se encuentran los problemas bien identificados en los cuales es necesario el conocimiento de relaciones causa- efecto. En este tipo de estudios es imprescindible la formulación

de hipótesis que, de una u otra forma, pretenden explicar las causas del problema o cuestiones relacionadas. (Escobar, 2014)

El estudio **correlacional** es una correlación es una medida del grado en que dos variables se encuentran relacionadas. Un estudio correlacional puede intentar determinar una variable con una puntuación alta y una segunda variable con puntuación baja. (Arias, 2014)

Población y muestra

Población: según Arias (2014) señala que “es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica” (p. 14), y se le denomina la población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a una investigación.

Población finita: Como dice Poole (2014) Población Finita: “agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades” (p. 94).

Población infinita: Según Bernard (2014) “es aquella en la que se desconoce el total de elementos que la conforman, por cuanto no existe un registro documental de éstos debido a que su elaboración sería prácticamente imposible” (p. 56).

Cuadro 3. Técnica a aplicar

Población	Técnica
<ul style="list-style-type: none">• Gerente• Jefe de logística• Asistentes de logística	Entrevista Encuesta Encuesta

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

Cuadro 4. Universo

Grupos humanos en estudio	Población
Jefe de logística	14
Asistentes de logística	44
Total	48

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

Muestra: Según Tamayo (2013) afirma que la muestra “es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico” (p. 24)..

Muestra estratificada: Como nos indica Tamayo y Tamayo (2015) una muestra “es estratificada cuando los elementos de la muestra son proporcionales a su presencia en la población. La presencia de un elemento en un estrato excluye su presencia en otro” (p. 34).

Muestra no estratificada: De acuerdo con Sampieri, Fernández, & Baptista (2015) argumentan que determina la precisión de acuerdo al criterio “tales como la materialidad de una cuenta en un balance, valor material que dependerá fundamentalmente de la experiencia del auditor. En nuestro universo no se va a utilizar muestra porque no excede las 60 personas y es una población finita” (p. 23).

Métodos Teóricos

Métodos

Lógico inductivo es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, y las demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta.

La conclusión es sacada del estudio de todos los elementos que forman el objeto de investigación, es decir que solo es posible si conocemos con exactitud el número de elementos que forman el objeto de estudio. Las llamadas demostraciones complejas son formas de razonamiento inductivo, solo que en ellas se toman muestras que poco a poco se van articulando hasta lograr el estudio por inducción completa. (Tamayo y Tamayo, 2015).

Procedimiento o pasos a seguir en la investigación

Técnicas de Investigación

Cuadro 5. Procedimientos

Técnicas	Instrumentos
❖ Entrevista	❖ Formulario
❖ Encuesta	❖ cuestionario
❖ FODA	❖ Matriz

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia

Procedimiento de la Investigación

Entrevista

Según Alvira (2016) “las entrevistas y el entrevistar son elementos esenciales en la vida contemporánea, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana” (p.10)

Proporciona un excelente instrumento heurístico para combinar los enfoques prácticos, analíticos e interpretativos implícitos en todo proceso de comunicar

Conversación que un periodista mantiene con una persona y que está basada en una serie de preguntas o afirmaciones que plantea el entrevistador y sobre las que la persona entrevistada da su respuesta o su opinión.

Encuesta

Según Hernández (2013) “las encuestas son entrevistas con un gran número de personas utilizando un cuestionario prediseñado. Según el mencionado autor, el método de encuesta incluye un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica” (p. 7).

La encuesta es un instrumento de la investigación de mercados que consiste en obtener información de las personas encuestadas mediante el uso de cuestionarios diseñados en forma previa para la obtención de información específica. Complementando lo anterior, cabe señalar que el Diccionario de Marketing de Cultural S.A. define el término encuesta como el método de recogida de información cuantitativa que consiste en interrogar a los miembros de una muestra, sobre la base de un cuestionario perfectamente estructurado.

Formulario

Según Alvira (2016) formulario “es un adjetivo que se utiliza para nombrar a aquello perteneciente o relativo a las fórmulas o al formulismo, o a aquello que se hace por fórmula. Una fórmula, por su parte, es un medio propuesto para ejecutar algo complicado o resolver un cierto asunto” (p. 26)

Es una pieza de papel que contiene datos y espacios en blanco para registrar información variable, el cual tendrá diferente utilización según el

área funcional a la cual pertenezca. Puede considerarse también como un instrumento de trabajo cuyo objetivo es trasportar información para simplificar y facilitar el desarrollo de los procedimientos administrativos.

En ellos se imprime información constante y que tiene una serie de espacios para asentar información variable. Es todo papel que contenga información, texto, epígrafes, impresos o en blanco para rellenarlos posteriormente.

FODA

Según Alvira (2016), “se denomina análisis FODA al estudio que permite conocer estas características de una empresa o de un proyecto, detallándolas en una matriz cuadrada”. El análisis FODA, por lo tanto, brinda información acerca de la situación de una empresa y permite trazar una estrategia con pasos a seguir de acuerdo a la información obtenida de sus características internas y del contexto.

Para llevar a cabo este tipo de proceso, primero hay que realizar un análisis interno y un análisis externo de la institución en cuestión. Con estos datos, se confecciona la matriz FODA. Luego, esta matriz sirve como punto de partida para determinar qué estrategias se implementarán.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En los siguientes cuadros y gráficos se exponen los hallazgos de la encuesta aplicada a los representantes de las grandes superficies como se indica seguido:

1) ¿Dispuso de todos los recursos suficientes para realizar de manera eficiente el proceso de distribución de productos?

Cuadro 6. Disponibilidad de recursos en la distribución

Alternativas	Resultados	Cifra porcentual
Si	10	17%
Siempre	15	26%
A veces	20	35%
Nunca	13	22%
Total general	58	100%

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

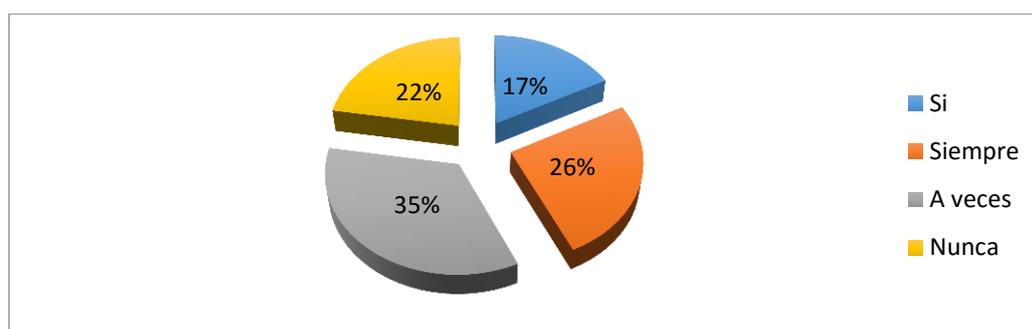


Gráfico 3. Disponibilidad de recursos en la distribución

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

A criterio de la mayoría de los representantes de las grandes superficies no siempre estuvieron disponibles todos los recursos suficientes, durante el proceso de distribución de productos (baterías), afectando que el cliente tenga el producto en el tiempo oportuno.

2) ¿Experimentó atrasos en la distribución y entrega de productos a los canales de comercialización y a los clientes?

Cuadro 7. Atrasos en la distribución y entrega de productos

Alternativas	Resultados	Cifra porcentual
Si	15	26%
No	13	22%
A veces	20	35%
Nunca	10	17%
Total general	58	100%

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

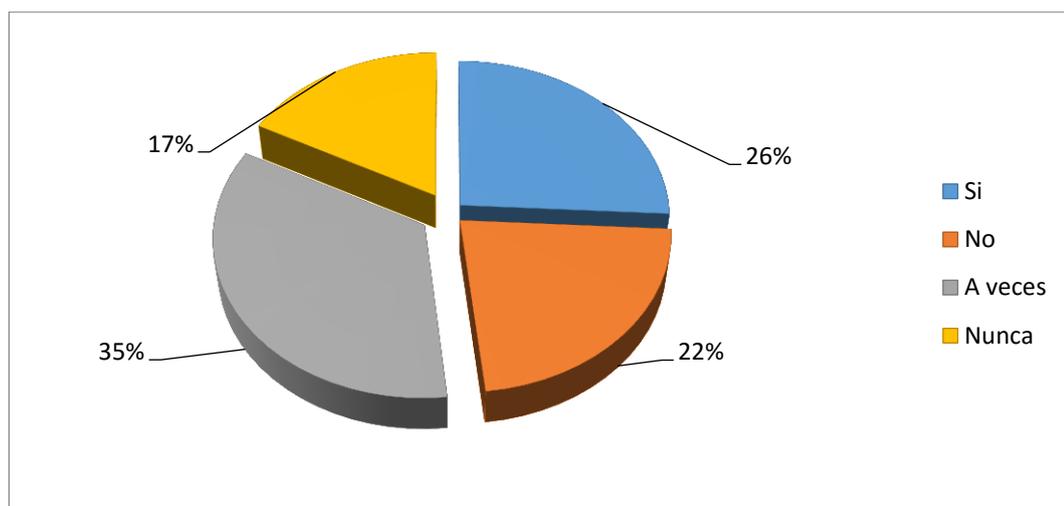


Gráfico 4. Atrasos en la distribución y entrega de productos

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

Los representantes de las grandes superficies manifiestan que son frecuentes los atrasos en la distribución, debido a que el sistema no permite adquirir bienes sino hasta que se termine por completo lo anterior, afectando la entrega de baterías a los clientes, lo que está afectando la productividad de las operaciones de la empresa, a la vez que genera insatisfacción en los clientes.

3) ¿Se incrementaron las garantías de baterías en el último año?

Cuadro 8. Incremento de garantías del producto

Alternativas	Resultados	Cifra porcentual
Si	13	23%
No	10	17%
A veces	25	43%
Nunca	10	17%
Total general	58	100%

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

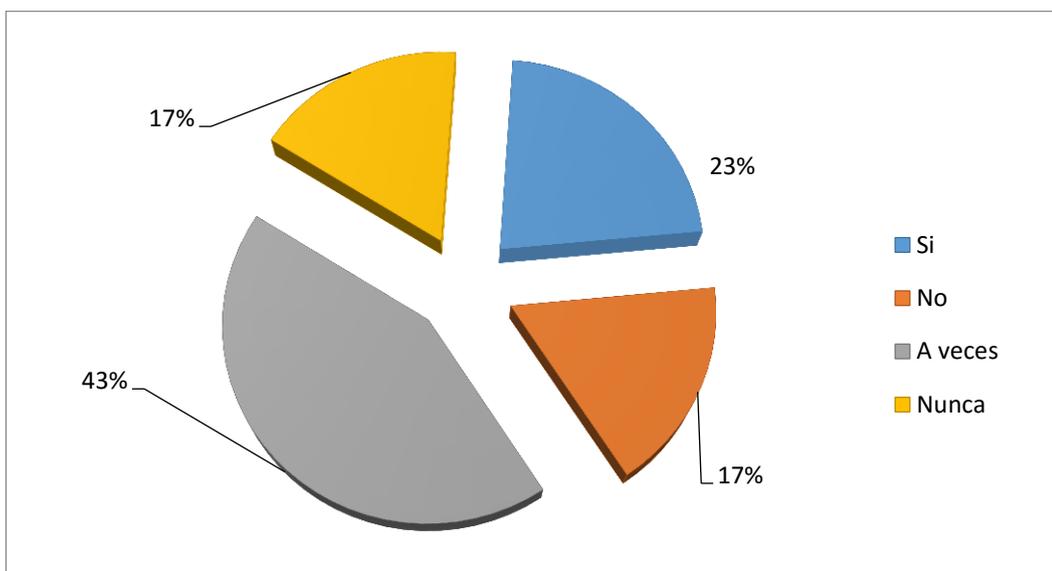


Gráfico 5. Incremento de garantías del producto

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

Los atrasos en la entrega y otros problemas derivados de los procesos de despacho, pueden tener una repercusión en el incremento de las garantías del producto, que han sido anotadas como uno de los problemas que ha sucedido algunas veces, a criterio de los representantes de las grandes superficies.

4) ¿Se han presentado reclamos de los clientes por caducidad o por menor durabilidad de las baterías despachadas?

Cuadro 9. Caducidad y durabilidad de las baterías despachadas

Alternativas	Resultados	Cifra porcentual
Si	10	17%
No	10	17%
A veces	30	52%
Nunca	8	14%
Total general	58	100%

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

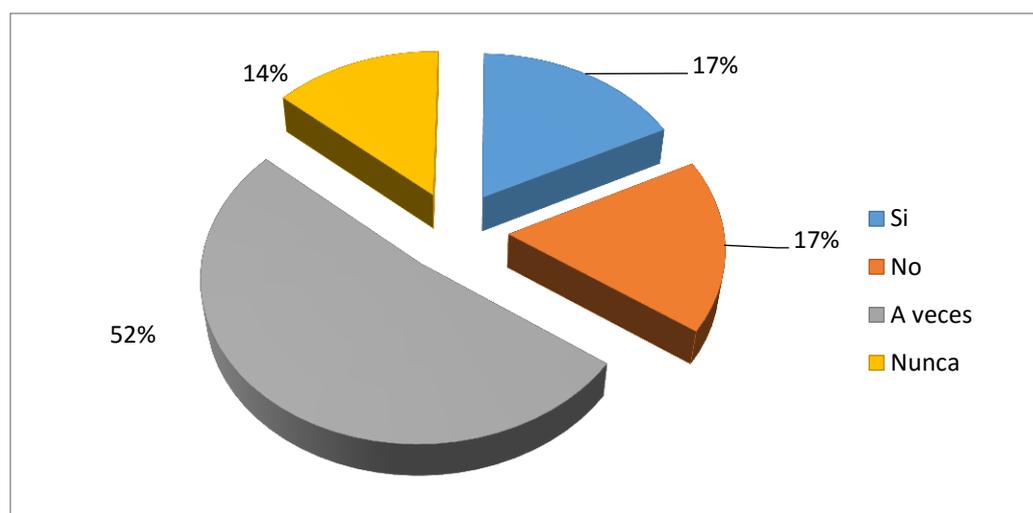


Gráfico 6. Caducidad y durabilidad de las baterías despachadas

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

Para la población mayoritaria de los representantes de las grandes superficies, en algunos casos, el cliente presentó reclamos porque las baterías no duraron el tiempo establecido en la etiqueta, por lo que es necesario determinar si el perchado antes de la distribución fue correcto, en las grandes superficies.

5) ¿Se han detectado productos mal perchados?

Cuadro 10. Productos mal perchados

Alternativas	Resultados	Cifra porcentual
Si	10	17%
No	10	17%
A veces	28	49%
Nunca	10	17%
Total general	58	100%

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

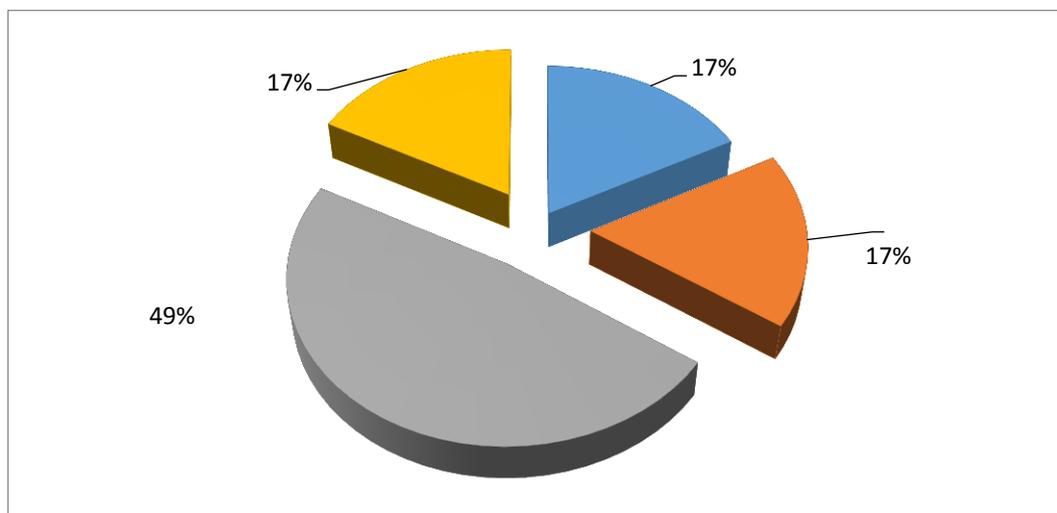


Gráfico 7. Productos mal perchados

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

La respuesta de los representantes de las grandes superficies, destaca que en efecto, se han perchado de manera incorrecta algunos productos que han sido pedidos o solicitados por los clientes, lo cual puede afectar la eficiencia de este proceso, previo a la distribución de baterías.

6) ¿Se generan atrasos en las órdenes de compra, en días no establecidos?

Cuadro 11. Atrasos en las órdenes de compras

Alternativas	Resultados	Cifra porcentual
Si	15	26%
No	10	17%
A veces	23	40%
Nunca	10	17%
Total general	58	100%

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

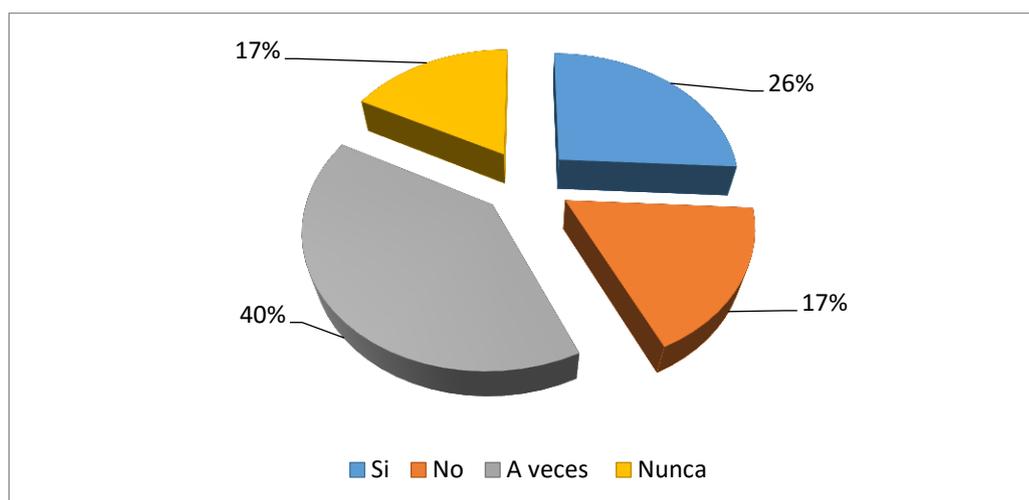


Gráfico 8. Atrasos en las órdenes de compras

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

La empresa se ha atrasado en algunas ocasiones, durante la generación de las órdenes de compras, en días no establecidos, problemática que puede acarrear problemas, porque si el personal no dispone de los recursos necesarios, la comercialización de baterías, se puede paralizar.

7) ¿Se cuenta con un programa de formación y capacitación relacionado con el manejo, control y mejoramiento del sistema de pedidos de la empresa?

Cuadro 12. Formación y capacitación del personal en lo relacionado a sistema de pedidos

Alternativas	Resultados	Cifra porcentual
Si	8	14%
A veces	20	20%
No	15	26%
Nunca	15	26%
Total general	58	100%

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

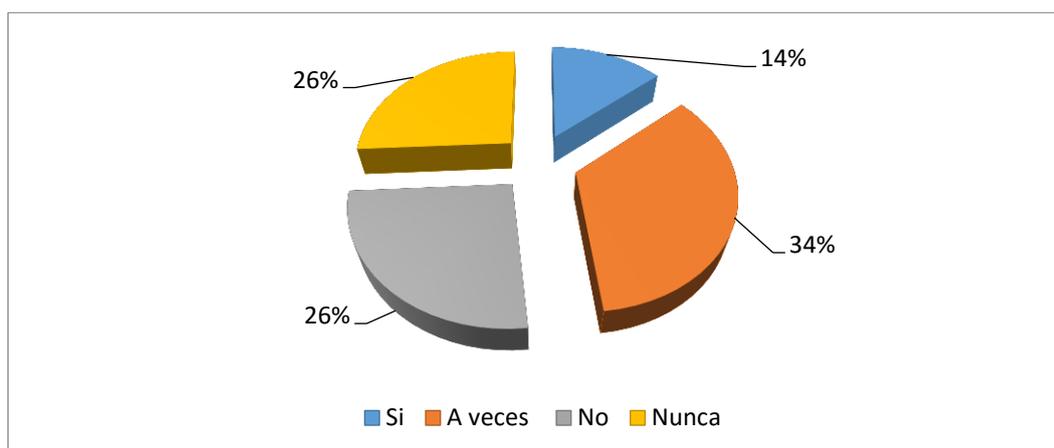


Gráfico 9. Formación y capacitación del personal en lo relacionado a sistema de pedidos

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

La empresa no ha elaborado una planificación adecuada para la formación y capacitación del personal en lo relacionado al manejo, control y mejoramiento de los sistemas de pedidos, afectando con ello la eficiencia en el proceso de pedidos a grandes superficies.

8) ¿Se controla de manera adecuada la obsolescencia en el sistema de pedidos?

Cuadro 13. Control de la obsolescencia del sistema de pedidos

Alternativas	Resultados	Cifra porcentual
Si	20	35%
A veces	20	34%
No	10	17%
Nunca	8	14%
Total general	58	100%

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

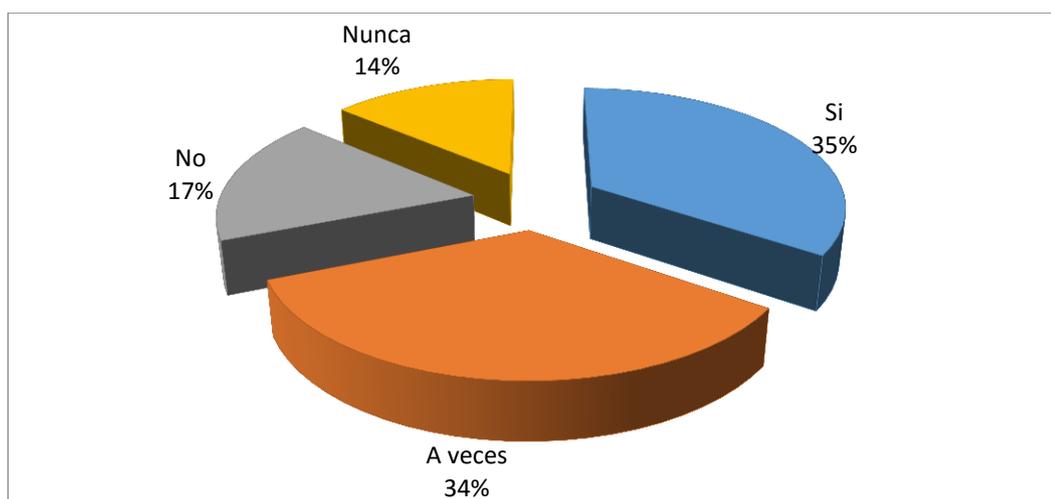


Gráfico 10. Control de la obsolescencia del sistema de pedidos

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

Los representantes de las grandes superficies, expresaron que la empresa presenta algunas inconsistencias en el control de la obsolescencia en el sistema de pedidos, el cual según un porcentaje de los representantes, tiene algunas limitaciones que no permitan una verificación apropiada de la obsolescencia de los pedidos.

9) ¿Está de acuerdo en que se fortalezca el sistema de pedidos y distribución de productos a los clientes?

Cuadro 14. Fortalecimiento del sistema de pedidos

Alternativas	Resultados	Cifra porcentual
Si	48	83%
Siempre	6	10%
A veces	3	5%
Nunca	1	2%
Total general	58	100%

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

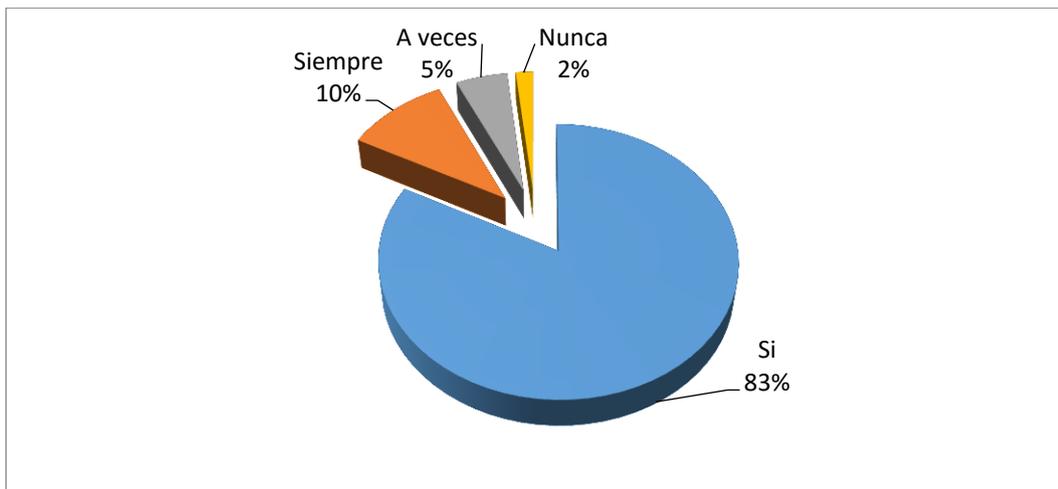


Gráfico 11. Fortalecimiento del sistema de pedidos

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

Los representantes de las grandes superficies se encuentran de acuerdo en fortalecer el sistema de pedidos y mejorar de esta manera, la distribución de productos a los clientes, para que se genere un impacto significativo en el nivel de satisfacción de los compradores.

10) ¿Considera que se debe mejorar la tecnología y preparar los recursos actuales del sistema de pedidos en la empresa?

Cuadro 15. Mejora de tecnología y preparación de recursos

Alternativas	Resultados	Cifra porcentual
Si	48	83%
Siempre	6	10%
A veces	3	5%
Nunca	1	2%
Total general	58	100%

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

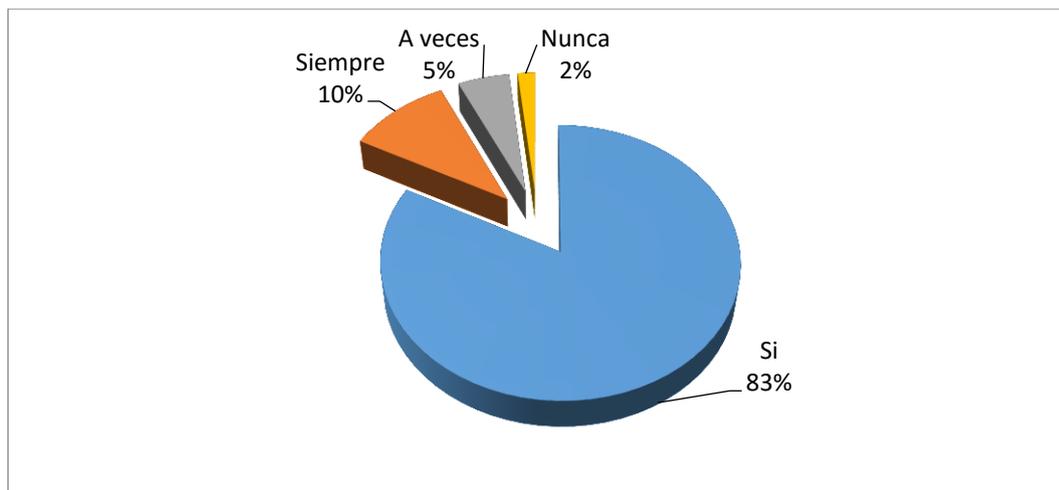


Gráfico 12. Mejora de tecnología y preparación de recursos

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

Los representantes de las grandes superficies manifiestan que el fortalecimiento del sistema de pedidos y el mejoramiento del proceso de distribución de productos a los clientes, puede llevarse a cabo mediante la potenciación de los recursos humanos, tecnológicos y materiales.

Análisis de entrevista.

1) ¿Cómo se lleva a cabo el proceso actual del sistema de pedidos y distribución de productos en las grandes superficies?

El proceso actual del sistema de pedidos se realiza cuando ya no existe producto en el almacén, en este momento, el jefe de adquisiciones llama al responsable de la logística en la empresa TECNOVA S. A. y le solicita el pedido, el cual tarda en llegar hasta las grandes superficies alrededor de 24 a 48 horas, según el plan que realice la empresa y la hora del pedido, si se pide hasta antes del mediodía, la mercadería puede llegar hasta al siguiente día en la mañana, caso contrario demoraría mayor cantidad de tiempo en llegar hasta el almacén.

2) ¿Cómo ha evolucionado la falta de stock de productos en las grandes superficies?

La falta de stock de productos constituye el principal problema en las grandes superficies, lo que se debe principalmente a la política de comunicación entre TECNOVA S.A. y los canales de distribución, sumado a las limitaciones en la disponibilidad de mercadería, generando con ello un problema para el cliente, quien al no encontrar su producto puede buscarlo en la competencia.

3) ¿Cómo se trata con el cliente y con la empresa TECNOVA S. A. la falta de stock de productos, en caso de ocurrir?

Si no hay producto en las perchas ni en el almacén, no se puede vender al cliente, en este caso, salvo que la empresa pueda llevar hasta el almacén, de manera rápida el producto, se le puede decir al cliente que se le puede atender a una hora determinada, pero esto generalmente no ocurre, si no hay producto en stock, se pierde la venta.

4) ¿Qué recomendación sugeriría para mejorar el sistema de pedidos y distribución de productos en las grandes superficies?

Se debe hacer un análisis en cuanto al inventario y a la rotación de cada modelo de batería para poder determinar un stock suficiente con el fin de que se mantenga abastecidos, pero no stockeados, y a su vez mejorar la comunicación con TECNOVA S.A., para que su distribución sea ágil y oportuna, con el firme objetivo de que si un cliente no encuentre el stock del producto que solicita, no acuda a la competencia.

5) ¿Cuál es su opinión sobre el fortalecimiento del desarrollo tecnológico entre TECNOVA S.A. y grandes superficies?

Es importante el fortalecimiento del desarrollo tecnológico en las organizaciones, más aún cuando existen problemas en la comunicación entre empresa y canal de distribución, por este motivo, lo deseable sería contar con un sistema automatizado con códigos de barras que se complemente con un componente web para mejorar la comunicación entre grandes superficies y TECNOVA S. A. en tiempo real.

Interpretación de entrevista

El proceso actual del sistema de pedido y distribución de productos hacia a la grandes superficies suele demorar entre 24 a 48 horas, tiempo en el cual los canales de comercialización permanecen sin stock de productos, por lo que no se puede vender al cliente, generándose la pérdida de competitividad.

La recomendación de las autoridades del TECNOVA S.A. es que se suscriba un acuerdo con las grandes superficies para que se mantengan abastecidos durante todo el tiempo, mediante un sistema tecnológico para el control de inventarios, el cual además se encuentra automatizado en

código de barras y mejore la comunicación entre la empresa y los canales de distribución.

FODA

Fortalezas

- Respaldo de Calidad y Garantía de Robert Bosch.
- Posee una red de eficiente de servicios técnicos ubicados en las principales ciudades del país.
- Marca de calidad y de constante innovación.
- Personal capacitado.

Oportunidades

- Ganar Market Share en el mercado.
- Crear fidelización por parte de nuestros distribuidores y usuarios finales.
- Reconocimiento del mercado.
- Relación con los proveedores.

Debilidades

- Percepción de insatisfacción en la marca por no contar con un stock
- La estrategia de comunicación no es clara con nuestro mercado objetivo y mercado alterno.

Amenazas

- Ingreso de constantes marcas
- Situación económica del país
- Corrupción

Plan de acción

Introducción

De acuerdo con los resultados obtenidos manifestaron que no todos los representantes de las grandes superficies mantienen un sistema de pedidos obsoletos, por lo que genera un problema en la actividad de realizar una nueva compra, ya que puede permanecer en stock, además la empresa TECNOVA S.A, contrae la pérdida de ventas por la falta de abastecimiento de los productos,

A esto se añade, la propuesta de un análisis al sistema de pedidos en las grandes superficies por parte de la empresa TECNOVA S.A., además el estudio de investigación radica en que la empresa presenta algunas inconsistencias en el control de la obsolescencia en el sistema de pedidos, el cual según los representantes de grandes superficies, tiene algunas limitaciones que no permiten una verificación apropiada de los pedidos. Por lo se encuentran de acuerdo en fortalecer el sistema de pedidos y mejorar de esta manera la distribución de productos a los clientes, para que se genere un impacto significativo en el nivel de satisfacción de los compradores.

La mayoría de los representantes de las grandes superficies, manifestaron que las baterías no duraron el tiempo establecido, por lo que se considera que el mal perchado erradico dentro de este problema. Se recalca que la planificación adecuada en la formación y capacitación de los colaboradores de cada casa comercial, permitirá un buen control y mejoramiento de los sistemas de pedidos.

Se propone un sistema automatizado con códigos de barras complementado con un componente web para mejorar la comunicación

entre grandes superficies y TECNOVA S. A. en tiempo real, para el mejoramiento de la competitividad.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar un plan de acción del sistema de pedidos, en la distribución de productos a grandes superficies, por la empresa Tecnova S.A.

Objetivos específicos

- Elaborar el cronograma del sistema de pedidos, en la distribución de productos a grandes superficies.
- Construir el plan de acción y el presupuesto de la propuesta del sistema de pedidos, en la distribución de productos a grandes superficies.

Desarrollo de la propuesta

Para la propuesta se procede a describir el desarrollo del cronograma del plan de acción del sistema de pedidos para la distribución de productos hacia las grandes superficies, por lo que dentro del análisis se decidió que las casas comerciales proveen soluciones para la cadena de abastecimiento, con la finalidad de una óptima distribución y alcanzar la mejor productividad en procesos, precisión y trazabilidad en alto estándar de servicio hacia sus clientes. El cronograma contiene actividades importantes que se va a desarrollar cada día con una duración de cuatro horas con ayuda de recursos didácticos, además se describe la aplicación del plan de mejora y presupuesto del mismo.

Objetivo: Aplicar el plan de acción en la empresa para fortalecer la eficiencia del sistema de pedidos y distribución de productos.

Cuadro 16. Plan de Acción

N°	Descripción	Objetivo	Instrumento	Tiempos	Responsables	Lugar
1	Capacitaciones a empleados	Para fortalecer su conocimiento en el manejo y control del sistema de pedidos	Talleres de capacitación	Dos veces al año	Expertos	En las grandes superficies
2	Adquisición de un sistema automatizado con códigos de barras complementado con un componente web en las grandes superficies con TECNOVA S. A.	Para fortalecer la eficiencia en la distribución de bienes, con un sistema automatizado con códigos de barras complementado con un componente web	Implementando el sistema automatizado con códigos de barras complementado con un componente web entre las grandes superficies y TECNOVA S. A.	En el inicio de la propuesta	Proveedores	En las grandes superficies
3	Contratación de empresas de transporte que permitan la entrega del producto a las grandes superficies justo a tiempo	Para mejorar el control en el proceso de despacho de productos	Suscribiendo contratos con los transportistas	En el inicio de la propuesta y cada vez que sea necesario	Proveedores de servicio de transporte	En las grandes superficies

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

Cuadro 17. Cronograma de implementación de la propuesta 2019

N°	Ene.	Feb.	Mar.	Abril	May.	Jun.	Jul	Ago.	Sept	Oct.	Nov	Dic.
1												
2												
3												

Nota: Se realizarán dos capacitaciones en el año.

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

La capacitación del personal perteneciente a las grandes superficies, será favorable para la empresa TECNOVA S. A., dado que permitirá a mejorar los proceso de distribución y almacenamiento, como es el caso del perchado y el control de producto para que no caduque, a lo que se añade la constante comunicación con la empresa TECNOVA S. A., que va a facilitar las necesidades de las grandes superficies, para que sean cubiertas en el tiempo oportuno.

Cuadro 18. Plan de capacitación

Fechas: Primera Capacitación 5 al 15 abril

Segunda capacitación el 5 al 15 diciembre del 2019.

N°	Contenidos	Horas	Lugar	Recursos	Costos
1	Servicio al cliente	4	Sala de capacitación de la empresa TECNOVA S. A.	Talento Humano de grandes superficies, facilitador, laptop, ordenador, proyector, internet, suministros de oficina y didácticos	\$1.100,00
2	Imagen y presentación	4			
3	Empatía	4			
4	Limpieza e higiene en el almacén	4			
5	Relaciones humanas	4			
6	Relaciones públicas	4			
7	Organización	4			
8	Comunicación interna y externa	4			
9	Logística e inventario	8			
Total		40 horas			

Elaborado por: Murga Guerrero Mayra Jessenia.

Los valores establecidos para el plan de capacitación serán cubiertos por la empresa.

Conclusiones

- Analizados los temas del sistema de pedidos y de distribución de productos.
- Analizado el diagnostico al actual sistema de pedidos y distribución de productos.
- Ejecutados el plan de acción en el sistema de pedidos y distribución de distribución.
- No siempre estuvieron disponibles todos los recursos suficientes, durante el proceso de distribución de productos (baterías) en el tiempo oportuno para el cliente.
- Son frecuentes los atrasos y en el incremento de garantías del producto, lo que genera reclamos de los clientes porque las baterías no duraron el tiempo establecido en la etiqueta.
- Incorrecto perchado de baterías, a lo que se añadió la generación de las órdenes de compras, en días no establecidos.
- No se ha elaborado una planificación adecuada para la formación y capacitación del personal en lo relacionado al manejo, control y mejoramiento de los sistemas de pedidos, situación que está afectando la productividad de las operaciones de la empresa, a la vez que genera insatisfacción en los clientes.
- Los empleados se encuentran de acuerdo en fortalecer el sistema de pedidos y mejorar de esta manera, la distribución de productos a los clientes, para que se genere un impacto significativo en el nivel de satisfacción de los compradores.

Recomendaciones

- Mantener disponibles todos los recursos y en cantidades suficientes, para la distribución de productos (baterías) en el tiempo oportuno para el cliente, evitando los atrasos y reduciendo las garantías del producto, para minimizar los reclamos de los clientes.
- Fortalecer el proceso de perchado de baterías, mediante la generación de las órdenes de compras en los días establecidos, elaborando una planificación adecuada para la formación y capacitación del personal en lo relacionado al manejo, control y mejoramiento de los sistemas de pedidos.
- Fortalecer la productividad de las operaciones de la empresa, a la vez que genera satisfacción en los clientes.
- Implementar el plan de acción para el fortalecimiento del sistema de pedidos y el mejoramiento de los procesos de distribución de productos a los clientes, a través de la capacitación de los recursos humanos, adquisición de un sistema automatizado con códigos de barras complementado con un componente web en las grandes superficies con TECNOVA S. A.
- Suscribir contratos con las empresas de transporte de carga, además de recursos materiales, lo que puede satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y potenciar la imagen de la empresa en el mercado nacional.

BIBLIOGRAFÍA

- Alvira, M. (2016). *La encuesta: una perspectiva general metodológica*. Madrid, España: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Anaya, J. (2013). *La gestión operativa de la empresa. Logística Integral*. Madrid: Editorial ESIC; 2000, 295p.
- Arango, M., Adarme, W., & Zapata, J. (2012). *Gestión Cadena de Abastecimiento – Logística con indicadores bajo incertidumbre, caso aplicado sector panificador Palmira*. Bogotá, Colombia: *Ciencia e Ingeniería Neogranadina, Vol. 20-1, pp. 97-115*. Bogotá: Junio de 2010. ISSN 0124-8170. https://www.google.com.ec/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=13&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwiU1LTuhMHOAhXH2R4KHaf_AYEQFghOMAw&url=https%3A%2F%2Fdiainet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F3708474.pdf&usg=AFQjCNG0f0hRt8QJvb.
- Arias, A. (2015). *La gestión de la calidad*. Madrid: Facultad de Ciencias de la Documentación. <http://pendientedemigracion.ucm.es/centros/cont/descargas/documento10123.pdf>.
- Arias, F. (2014). *Metodología de la investigación*. Buenos Aires: Cuarta Edición, Editorial Depalma.
- Arrobo, W. (2013). *Modelo de gestión del talento humano por competencias de la empresa CIMPEXA S.A*. Guayaquil – Ecuador : UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL. FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y NEGOCIOS. http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/1125/1/54735_1.pdf.
- Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la República*. Quito, Ecuador: Registro Oficial 449.

http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/0ld/constitucion_de_bolsillo.pdf.

Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, COPCI*. Quito, Ecuador: Registro Oficial Suplemento 351 de 29-dic-2010. <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversi%C3%B3n.pdf>.

Barberis, P. (2013). *¿Cómo es su Logística para un proceso de Exportación?* Santiago de Chile: En línea: <http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=5&edi=1&xit=como-es-su-logistica-para-un-proceso-de-exportacion>.

Barquin, J. (2013). *La Gestión de Compras*. Madrid, España: <https://www.gestiopolis.com/la-gestion-de-compras/>.

Bernard, A. (2014). *Metodología de la investigación*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Heliasta, Tercera Edición.

Betancourt, J. (2016). *Gestión de calidad*. México: GEO Tutorales.

Bonal, X., & Tarabini, A. (2015). *El Programa Bolsa Escola: Diseño institucional y modalidades de gestión*. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

Cabriles, Y. (2014). *Propuesta de un sistema de control de inventario de stock de seguridad para mejorar la gestión de compras de materia prima, repuestos e insumos de la empresa Balgres C.A.* Camurí Grande, Venezuela: Universidad Simón Bolívar.

Chiavenato, I. (2014). *Gestión del Talento Humano*. México: Editorial McGraw Hill. <https://valerojulio.files.wordpress.com/2012/09/libro-gestion-del-talento-humano-chiavenato.pdf>.

Coromac, S. (2014). *"ESTRATEGIAS DE ASERTIVIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DEL CONFLICTO EN EL AULA."* . GUATEMALA DE LA ASUNCIÓN: UNIVERSIDAD RAFAEL LANDÍVAR, FACULTAD DE

HUMANIDADES. MAESTRÍA EN GESTIÓN DEL DESARROLLO DE LA NIÑEZ Y LA ADOLESCENCIA.
<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/05/67/Coromac-Maria.pdf>.

Denham, M. (2014). *SGP: SISTEMA DE GESTIÓN DE PEDIDOS*. Sabadell, Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
https://ddd.uab.cat/pub/trerecpro/2013/hdl_2072_206893/RodriguezHernanzFranciscoR-ETIGa2009-10.pdf.

Espinoza, E. (2012). *Logística y transporte miden la competitividad en la exportación*. Quito, Ecuador: Revista El Agro.
<http://www.revistaelagro.com/2016/04/04/logistica-y-transporte-miden-la-competitividad-en-la-exportacion/>.

Export-promperú. (2014). *Proceso Logístico de exportación*. Lima:
<http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=A2EAD105-7AEB-41E0-9907-9BF7A110A556.PDF>.

Gómez, M., & Varo, R. (2013). *Los desafíos de la gestión de los costos siglo XXI*. Argentina: XXVIII CONGRESO ARGENTINO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE COSTOS.
<http://eco.unne.edu.ar/contabilidad/costos/XXVIIlilapuco/tomo%201.pdf>.

Gottret Y. & Lundy D. (2011). *Gestión de productividad*. . Bolivia. : Editorial: CIAT. Primera edición.

Hernández, J. (2013). *Metodología de la Investigación*. Barcelona – España: Quinta Edición. Editorial Norma.

Hernández, J. (2015). *Metodología de la Investigación*. Barcelona – España: Quinta Edición. Editorial Norma.

Izquierdo, J., & León, J. (2015). *Auditoría operativa a la gestión de inventarios de la empresa Ecuatoriana de negocios Ecune. S. A." en el primer semestre del año 2014*. Guayyquil, Ecuador: Universidad Politécnica Salesiana. Ingeniería en Clontabilidad y Auditoría.

- Maldonado J. (2015). *Gestión de Procesos*. Santiago de Chile: Editorial Evolución S.A. Tercera edición.
- Martínez, A., & Savall, V. (2014). *Gestión de Compras*. Madrid, España: Editorial Mc Graw Hill.
http://www.libreriaha.com/spa/gestion_de_compras_gm__9788448193607.html.
- Monterroso, E. (2012). *La gestión de abastecimiento*. Buenos Aires, Argentina: Universidad Nacional de Luján.
<http://www.unlu.edu.ar/~ope20156/pdf/abastecimiento.pdf>.
- Mora. (2014). *Modelos de optimización de la Gestión Logística. La aplicación de herramientas estadísticas para la planeación y simulación en la cadena de abastecimiento*. México: High Logistics, Consultoría y Formación de Logística Integral.
<http://es.scribd.com/doc/229751692/Libro-Modelos-de-Optimizacion-de-La-Gestion-Logistica-Anibal-Mora>.
- Mora, L. (2013). *Gestión de Logística Integral: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento*. Bogotá, Colombia: Starbook Editorial.
- Pérez, J., & Veiga, C. (2013). *Control de gestión empresarial* (Octava ed.). Madrid: ESIC.
- Poch, R. (2012). *Manual de Control Interno*. Barcelona España: Editorial Gestión 2000. Segunda Edición.
- Polanco, I. (2012). *Gestión de Compras: Logística y Reaprovisionamiento Eficiente*. Colombia:
<http://www.biamericas.com/presentaciones/2012/gestionDeCompras/gestion-de-compras.pdf>.
- Poole, B. (2014). *Metodología de la Investigación*. Barcelona – España: Tercera Edición. Editorial Alfaomega.
- Rios, G. (2013). *Sistema Logístico de Abastecimiento de materia prima para ala empresa PROTTSA., S.A. de C.V.* México: Instituto politécnico Nacional.

http://www.azul.bnct.ipn.mx/tesis/repositorio/1220_2006_UPIICSA_MAESTRIA_rios_gomez_luisguillermo.pdf.

Rubio, J., & Villaroel, S. (2014). *Gestión de Pedido y Stock*. España: Ministerio de Educación Cultura y deporte http://descargas.pntic.mec.es/mentor/visitas/gestion_stock.pdf.

Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, L. (2015). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A.

Tamayo y Tamayo. (2015). *Investigación*. México: Editorial Limusa. Pág. 87.

Tamayo, L. &. (2013). *Metodología de la investigación*. Bogotá: Editorial ABC. Tercera Edición, 2013.

Anexos

ANEXO 1. SOLICITUD DE APROBACIÓN



Guayaquil,

Señores:
**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**
Ciudad

De nuestras consideraciones:

GABRIEL SUAREZ, en mi calidad de Sub-Gerente de la Empresa TECNOVA S.A, tengo a bien dirigirme a Ustedes para darles a conocer lo siguiente:

La estudiante egresada **Murga Guerrero Mayra Jessenia**, portadora de la cédula de ciudadanía No. **092116940-5**, viene realizando la aplicación de su proyecto de investigación con el tema: **Propuesta de análisis al sistema de pedidos, en la distribución de productos a grandes superficies, por la empresa TECNOVA S.A**, cuya finalidad es de generar estrategias, para obtener mejores resultados a la hora de distribuir nuestro producto y servicio

Es todo cuando puedo informar en honor a la verdad, al mismo tiempo que autorizo a la estudiante egresada darle el uso que estime conveniente al presente.

Atentamente;

Ing Gabriel Suarez
C.C.
Sub-Gerente

ANEXO 2. CARTA DE PRESENTACIÓN



Señores TECNOVA S.A.

Guayaquil

De mis consideraciones

Reciba un cordial y atento saludo de quien suscribe la presente, al mismo tiempo que expreso mis deseos de éxitos en la gran labor empresarial que vienen desarrollando.

Soy egresada del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, donde para poder obtener el Título de Tecnóloga en Administración de Empresas, tenemos que llevar a cabo un proyecto de investigación, el mismo que decidí aplicarlo en su empresa, ya que considero que es una compañía de gran proyección y crecimiento.

Por tal razón se aplicará un formato de encuesta el día 20 de diciembre del 2018 a las 14h00 en la sala de juntas de la empresa. Esperando que la presente tenga la acogida deseada, quedo de usted muy agradecida.

Atte.

Mayra Jessenia Murga Guerrero
C.C. 0921169405

ANEXO 3. CARTA DE DESPEDIDA



Señores TECNOVA S.A.

Guayaquil

De mis consideraciones

Reciba un cordial saludo de quien suscribe la presente, al mismo tiempo que reitero mis deseos de éxitos en sus labores emprendidas en el campo empresarial.

Una vez que he podido aplicar la técnica de encuesta y entrevista se ha recolectado los datos necesarios para definir un criterio de la problemática identificada, les expreso mi eterna gratitud por permitir conocer su sistema de procesos y además obtener información del personal que desempeña sus labores.

Esperando que la presente tenga la acogida deseada, quedo de usted muy agradecida.

Atte.

Mayra Jessenia Murga Guerrero

C.C. 0921169405

ANEXO 4. ENCUESTA APLICADA A LOS EMPLEADOS DE LAS GRANDES SUPERFICIES

Señale con una (X) según su criterio:

1) ¿Dispuso de todos los recursos suficientes para realizar de manera eficiente el proceso de distribución de productos?

Si	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

2) ¿Experimentó atrasos en la distribución y entrega de productos a los canales de comercialización y a los clientes?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

3) ¿Se incrementaron las garantías de baterías en el último año?

Si	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

4) ¿Se han presentado reclamos de los clientes por caducidad o por menor durabilidad de las baterías despachadas?

Si
No
A veces
Nunca

5) ¿Se han detectado productos mal perchados?

Si
No
A veces
Nunca

6) ¿Se generan atrasos en las órdenes de compra, en días no establecidos?

Si
No
A veces
Nunca

7) ¿Se cuenta con un programa de formación y capacitación relacionado con el manejo, control y mejoramiento del sistema de pedidos de la empresa?

Si
A veces
No
Nunca

8) ¿Se controla de manera adecuada la obsolescencia en el sistema de pedidos?

Si	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>
No	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

9) ¿Está de acuerdo en que se fortalezca el sistema de pedidos y distribución de productos a los clientes?

Si	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

10) ¿Considera que se debe mejorar la tecnología y preparar los recursos actuales del sistema de pedidos en la empresa?

Si	<input type="checkbox"/>
Siempre	<input type="checkbox"/>
A veces	<input type="checkbox"/>
Nunca	<input type="checkbox"/>

ANEXO 5. ENTREVISTA APLICADA A LOS GERENTES DE LAS GRANDES SUPERFICIES

Datos de la entrevista

Fecha: 20 Diciembre del 2018 **Lugar:** Ferrisariato de Guayaquil

Hora de inicio: 14:30 **Hora de finalización:** 15:00

Entrevistado: Gerentes de Grandes superficies

Entrevistador: Mayra Jessenia Murga Guerrero

Objetivo: Analizar un plan de desarrollo, en la distribución de productos para la mejora de sistema de pedidos, a grandes superficies por la empresa TECNOVA S.A.

Formulario

- 1) **¿Cómo se lleva a cabo el proceso actual del sistema de pedidos y distribución de productos en las grandes superficies?**

- 2) **¿Cómo ha evolucionado la obsolescencia de productos en las grandes superficies?**

- 3) **¿Cómo ha evolucionado la falta de stock de productos en las grandes superficies?**

- 4) **¿Cómo se trata con el cliente y con la empresa TECNOVA S. A. la falta de stock de productos, en caso de ocurrir?**

- 5) **¿Qué recomendación sugeriría para mejorar el sistema de pedidos y distribución de productos en las grandes superficies?**

ANEXO 6. MISION Y VISION DE LA EMPRESA TECNOVA S.A BOSCH



Misión	Visión	Declaración de la política
Representamos a Bosch en Ecuador, brindando soluciones innovadoras y confiables a través de servicios y productos de alta tecnología importados y fabricados localmente, para beneficio de nuestros clientes, colaboradores y accionistas	Tecnova S.A. será la empresa líder en los mercados de autopartes, herramientas eléctricas, y equipos de termotecnias, a través de conceptos modernos de fabricación, ventas, marketing agresivo y un programa de servicios efectivos acorde a las tendencias de cada uno de los mercados y con una reconocida orientación al cliente.	La empresa pondrá en conocimiento de los trabajadores, las Políticas internas que regulan y controlan las actividades de la empresa. El cumplimiento de las políticas internas de la empresa es obligatorio por parte de todos los trabajadores. Los trabajadores acatarán estricta y responsablemente las políticas internas de la empresa, caso contrario se seguirá el correspondiente visto bueno. La empresa no reconocerá como oficial ninguna comunicación, circular, correspondencia, permiso, comprobante, etc., que no lleve la firma del gerente o de las personas por él autorizadas, en forma expresa.

ANEXO 7. RECEPCIÓN



**ANEXO 8. INFRAESTRUCTURA DE LA EMPRESA TECNOVA S.A
BOSCH**



ANEXO 9. ENTREGA DE MERCADERA A LOS USUARIOS



ANEXO 10. REVISIÓN EN EL TALLER AUTOMOTRIZ



ANEXO 11. MERCADERA DISPONIBLES





Factura: 005-001-000012241



20190701008D00250



DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190701008D00250

Ante mí, NOTARIO(A) WILSON VINICIO NOVILLO AREVALO de la NOTARÍA OCTAVA, comparece(n) MAYRA JESSENIA MURGA GUERRERO portador(a) de CÉDULA 0921169405 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. MACHALA, a 15 DE MARZO DEL 2019, (12:57).



Jessenia Murga
 MAYRA JESSENIA MURGA GUERRERO
 CÉDULA: 0921169405



Wilson Novillo A.
~~NOTARIO WILSON VINICIO NOVILLO AREVALO~~
~~NOTARIA OCTAVA DEL CANTÓN MACHALA~~

W.
V.
N.
A.





Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología



**CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE
TRABAJOS DE TITULACIÓN**

Yo, **Murga Guerrero Mayra Jessenia** en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Propuesta de análisis al sistema de pedidos, en la distribución de productos a grandes superficies, por la empresa TECNOVA S.A.**, de la modalidad de **Presencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de **Tecnología en Administración de Empresa**, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Murga Guerrero Mayra Jessenia
Nombre y Apellido de la Autora
No. de cédula: 0921169405


Firma

CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0921169405

Nombres del ciudadano: MURGA GUERRERO MAYRA JESSENIA

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/CARBO
(CONCEPCION)

Fecha de nacimiento: 3 DE DICIEMBRE DE 1984

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: CASADO

Cónyuge: MEDINA SARANGO LUIS EDUARDO

Fecha de Matrimonio: 10 DE ENERO DE 2019

Nombres del padre: MURGA CASTRO NARCISO CATALINO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: GUERRERO TROYA INOCENTA ENEDINA

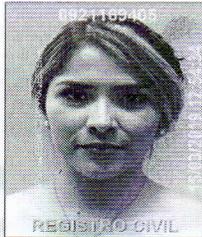
Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 10 DE ENERO DE 2019

Condición de donante: NO DONANTE

Información certificada a la fecha: 15 DE MARZO DE 2019

Emisor: HEIDI NARCISA ARIAS ARICA - EL ORO-MACHALA-NT 8 - EL ORO - MACHALA



REGISTRO CIVIL



N° de certificado: 190-206-57568



190-206-57568

Lcdo. Vicente Taiano G.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente



REPÚBLICA DEL ECUADOR
DIRECCIÓN GENERAL DE REGISTRO CIVIL,
IDENTIFICACIÓN Y CEDULACIÓN

CÉDULA No. 092116940-5

CIUDADANÍA
APELLIDOS Y NOMBRES
MURGA GUERRERO
MAYRA JESSENIA

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
GUAYAS
GUAYAQUIL
PARRO (CONCEPCIÓN)
FEBRES CORDERO
1984-12-03

NACIONALIDAD ECUATORIANA
SEXO MUJER
ESTADO CIVIL CASADO
LUIS EDUARDO
MEDINA SARANGO





INSTRUCCIÓN BACHILLERATO PROFESIÓN / OCUPACIÓN ESTUDIANTE V3333V3122

APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE MURGA CASTRO NARCISO CATALINO

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE GUERRERO TROYA INOCENTA ENEDINA

LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN GUAYAQUIL 2019-01-10

FECHA DE EXPIRACIÓN 2028-01-10

0015 14083

DIRECTOR GENERAL *[Signature]* FIRMA DEL CEDULADO *[Signature]*





REPÚBLICA DEL ECUADOR

CERTIFICADO DE VOTACIÓN
4 DE FEBRERO 2018

CNE
CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

014 JUNTA No. 014 - 129 NÚMERO 0921169405 CÉDULA

MURGA GUERRERO MAYRA JESSENIA
APELLIDOS Y NOMBRES

GUAYAS PROVINCIA CIRCUNSCRIPCIÓN:
GUAYAQUIL CANTON ZONA: 6
FEBRES CORDERO PARROQUIA




CNE
CONSEJO NACIONAL ELECTORAL

REFERÉNDUM Y CONSULTA POPULAR 2018

CIUDADANA (O)

ESTE DOCUMENTO ACREDITA QUE USTED SUFRAGÓ EN EL REFERÉNDUM Y CONSULTA POPULAR 2018

ESTE CERTIFICADO SIRVE PARA TODOS LOS TRÁMITES PÚBLICOS Y PRIVADOS

[Signature]
IMP. JGM MJ

NOTARÍA OCTAVA DEL CANTÓN MACHALA
DOY FE: Que la(s) presente(s) fotocopia(s) que antecede(n) es(son) igual(es) al(los) documento(s) original(es) y fiel copia de su original(es) que me fue(ron) exhibido(s) en 1 foja(s) útil(es). MACHALA

15 MAR 2019

[Signature]
Dr. Wilson V. Novillo Arévalo
NOTARIO OCTAVO
DEL CANTÓN MACHALA-ECUADOR

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

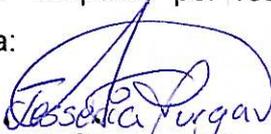
Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de análisis al sistema de pedidos, en la distribución de productos a grandes superficies, por la empresa TECNOVA S.A”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo incide el Sistema de pedidos, en la distribución de productos, a grandes superficies por la empresa TECNOVA S.A ubicada en la ciudadela Urdesa, de la ciudad de Guayaquil, en el año 2018.?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada:


Murga Guerrero Mayra Jessenia

Tutor:


Dr. Simón Alberto Illescas Prieto

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES DEL ITB.**

Luis Alberto Akalera Luis Alberto Akalera
Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

