



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS**

TEMA:

**MEJORA EN EL PROCESO DE RECEPCIÓN Y DESPACHO DE LOS
PRODUCTOS E INSUMOS DE LA DISTRIBUIDORA COMERCIAL M&M**

AUTOR: ÁNGEL JOSÉ ALVARADO CEDEÑO

Tutora: Msc. Noemí Delgado Álvarez

Febrero, 2019

Guayaquil – Ecuador

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios que por su infinita misericordia ha estado en cada momento de mi vida para enfrentar las adversidades, siendo la luz que me guía día a día a mí esposa e hijos que son mis pilares y fortaleza a quienes les quito valioso tiempo por alcanzar mis metas para lograr un bienestar para todos.

Alvarado Cedeño Ángel José

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios en primer lugar, a los docentes de este centro educativo cada uno de ellos han sido una guía transmitiendo sus conocimientos para forjar profesionales de excelencia y por último pero no menos importante a mí esposa y pequeños hijos quienes con cada sonrisa y palabra son un motivo para esforzarme cada día por ser una persona mejor.

Alvarado Cedeño Ángel José

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Mejora en el proceso de recepción y despacho de los productos e insumos de la distribuidora Comercial M&M”**, y problema de investigación: **¿Cómo incide el proceso de recepción y despacho de los productos e insumos de la distribuidora comercial M&M en la satisfacción del cliente?**, presentado Ángel José Alvarado Cedeño como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo que cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado:

Alvarado Cedeño Ángel José

Tutora:

Msc. Noemí Delgado Álvarez

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Ángel José Alvarado Cedeño en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **“MEJORA EN EL PROCESO DE RECEPCIÓN Y DESPACHO DE LOS PRODUCTOS E INSUMOS DE LA DISTRIBUIDORA COMERCIAL M&M”**, de la modalidad de Semipresencial 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 Empresas, 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/autorizamos 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*.

Ángel José Alvarado Cedeño

No. de cédula: 0919239293

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN

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



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnólogo en Administración de
Empresas**

Tema

**Mejora en el proceso de recepción y despacho de los productos e insumos de la
distribuidora Comercial M&M**

Autor: Alvarado Cedeño Ángel José

Asesor: Msc. Noemí Delgado Álvarez

Guayaquil, febrero 2019

RESUMEN

El trabajo realizado en el área de bodega de la Distribuidora Comercial M&M ubicada en Guayaquil, tuvo como finalidad proponer mejoras para la recepción y despacho de productos e insumos que esta empresa comercializa. En el desarrollo del trabajo se aplicaron algunas herramientas y técnicas como la encuesta, el diagrama causa efecto, diagramas de procesos, las que permitieron corroborar el problema planteado. Se utilizó también el método ponderado para la selección de proveedores, como parte de la propuesta de solución. Las soluciones propuestas son puntos de recomendaciones en cuanto a su implementación, para que de esta manera la empresa logre incrementar los niveles de satisfacción de sus clientes.

Palabras claves: Distribución, proceso de recepción y despacho, satisfacción de clientes



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**Proyecto previo a la obtención del título de: Tecnólogo en Administración de
Empresas**

Tema

**Mejora en el proceso de recepción y despacho de los productos e insumos de la
distribuidora Comercial M&M**

Autor: Alvarado Cedeño Ángel José

Asesor: Msc. Noemí Delgado Álvarez

Guayaquil, february 2019

ABSTRACT

The purpose of the work carried out in the warehouse area of the M & M Commercial Distributor located in Guayaquil was to propose improvements for the reception and dispatch of products and supplies that this company markets. In the development of the work, some tools and techniques were applied such as the survey, the diagram causes effect, diagrams of processes, which allowed to corroborate the problem posed. The weighted method for the selection of suppliers was also used, as part of the proposed solution. The proposed solutions are points of recommendations in terms of their implementation, so that in this way the company can increase the levels of satisfaction of its customers.

Keywords: Distribution, reception and dispatch process, customer satisfaction

ÍNDICE GENERAL

Carátula	i
Dedicatoria.....	i
Agradecimiento	ii
Certificación de la aceptación del tutor	iii
Cláusula de autorización para la publicación de trabajos de titulación	iv
Cláusula de autorización	v
Resumen	vi
Abstract.....	vii

CAPÍTULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Ubicación del problema en un contexto	1
1.1.2. Situación conflicto	2
1.1.3. Formulación del problema	3
1.1.4. Delimitación del problema	3
1.2. Variables de investigación	3
1.3. Objetivos de la investigación	3
Objetivo general	3
Objetivos específicos	3
1.4. Justificación de la investigación	4

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica	6
2.1.1. Antecedentes históricos.....	6
2.1.2. Antecedentes referenciales	7
2.1.2.1. Aspectos generales de la logística	7
2.2. Fundamentación legal	18
2.3. Variables de la investigación	18
Variable independiente.....	18
Variable dependiente	19
Satisfacción del cliente:.....	19
2.4. Glosario de Términos	19

CAPÍTULO III METODOLOGÍA

3.1. Presentación de la empresa	20
3.2. Diseño de la Investigación	24

3.2.1 Tipo de investigación.....	24
3.2.2. Pasos para el proceso investigativo.....	25
3.2.2.1. Técnicas aplicadas a la investigación.....	25
Población.....	26
Muestra.....	26

CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1.2. Descripción del proceso de recepción y despacho en la bodega de la distribuidora.....	29
4.1.3. Descripción del proceso de recepción y despacho en la bodega de la distribuidora.....	31
4.2. Propuesta de mejora.....	47
Conclusiones.....	53
Recomendaciones.....	54
Bibliografía.....	55
Anexos.....	57

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 2.1. Ventajas y desventajas de la cadena de suministro.....	9
Cuadro 3.1. Algunos indicadores financieros de la Distribuidora Comercial M&M.....	23
Cuadro 4.1. Resumen de incidencias presentadas.....	44
Cuadro 4.3. Evaluación de los parámetros de selección del proveedor.....	48
Cuadro 4.4. Evaluación de los parámetros de selección del proveedor.....	49
Cuadro 4.5. Costos de la capacitación.....	50
Cuadro 4.6. Costo de la capacitación propuesto por IDEPRO.....	50
Cuadro 4.7. Costo de la capacitación propuesto por TBL.....	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 2.1 Proceso de la logística.....	7
Figura 2.2. Objetivos de la Logística.....	8
Figura 2.3. Elementos de la cadena de suministro y sus conexiones.....	10
Figura 2.4. Organizaciones que componen un canal de distribución.....	12
Figura 3.1. Organigrama de la Distribuidora Comercial M&M.....	21
Figura 3.2. Organigrama ocupacional.....	22
Figura 4.1. Esquema del proceso general de la Distribuidora Comercial M&M.....	28
Figura 4.2. Esquema del proceso de recepción y despacho de la Distribuidora Comercial M&M.....	30
Figura 4.3. Diagrama de flujo del proceso de compras sugerido.....	32
Figura 4.4. Diagrama de flujo de despacho propuesto sugerido.....	33

Figura 4.5. Evaluación de la satisfacción del cliente	35
Figura 4.6. Tiempos/entrega	36
Figura 4.7. Estado/productos	37
Figura 4.8. Calidad/productos	38
Figura 4.9. Normas/seguridad.....	39
Figura 4.10. Vehículos/condiciones	40
Figura 4.11. Cordialidad	41
Figura 4.12. Seguimiento/problemas.....	42
Figura 4.13. Contacto	43
Figura 4.12. Diagrama de Ishikawa (causa-efecto).....	46

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Fundamentación Teórica

1.1.1. Ubicación del problema en un contexto

El resguardo de los recursos que posee una empresa es primordial, la carencia de cualquier tipo de control, afectará el negocio y si no se toman las medidas correctivas, podría desaparecer, de ahí la necesidad de que existan procesos definidos adecuadamente para el manejo de los productos e insumos.

El almacenamiento es un tema sumamente relevante para las empresas, por lo tanto, no debe de ser tomado a la ligera. En la actualidad, éste se ha transformado significativamente, dejando atrás esa ambigua creencia donde se pensaba que lo único necesario para cumplir con esta función era poseer un lugar que le permita agrupar su mercadería.

Hoy en día ha cambiado notablemente el almacenamiento, va más allá de un simple lugar que permite aglomerar una gran cantidad de mercaderías o productos de forma desordenada y sin el menor cuidado, este se ha convertido en un punto clave que permite generar un valor agregado y constituye una estructura fundamental para la empresa donde se realizan varias actividades entre las fundamentales están: la descarga, recepción, almacenamiento y despacho, así como carga al medio de transporte.

La actividad de almacenamiento es de gran importancia para la empresa actual pues, permite conservar integralmente los productos que almacena garantizándole un espacio de calidad, que además mantenga las cantidades de stock solicitadas para satisfacer los clientes.

El almacenamiento es una de las actividades de la distribución que define los tiempos de entregas, así como la calidad con que se entreguen los productos al cliente. En ambas, puede incidir directamente la recepción y el despacho de las mercancías en la bodega, sea porque por alguna razón se hacen demorado dichas actividades o porque no se tienen en cuenta la forma, métodos y normas de manejo de las mercancías en la bodega.

El contexto de este trabajo está definido por las deficiencias existentes en relación a los procesos de recepción y despacho de los productos e insumos en el área de bodega de la Distribuidora Comercializadora M&M de la ciudad de Guayaquil está problemática ha generado desconfianza en los inventarios y, además, la satisfacción de los clientes internos y externos se ha visto reducida por esta situación.

1.1.2. Situación conflicto

La inexistencia de procesos para el manejo de productos e insumos en la Distribuidora Comercial M&M ha originado que el área de bodega esté en conflicto porque no existe disponibilidad en la materia prima existente esta situación ha provocado que los clientes se sientan insatisfechos porque en varias ocasiones sus pedidos han sido confirmados y luego no es posible despachar todo.

El área de bodega es el departamento medular de esta empresa ya que al ser una distribuidora de productos e insumos resulta prioritario para ellos que su inventario esté debidamente registrado para así no crear falsas expectativas en los clientes esto permitirá inclusive proporcionarles un estimado de tiempo para cumplir con su requerimiento esto es mejor a no cumplir. Fusionar el incumplimiento con los pedidos, clientes insatisfechos y falta de control en la mercadería ha provocado que la bodega de la Distribuidora Comercial M&M no sea plenamente eficiente lo que ha conllevado un ambiente tenso en el personal que lo conforma esta situación necesita ser cambiada a la brevedad posible para que todos estos

problemas sean subsanados y así efectivizar esta área que es tan compleja para la empresa.

1.1.3. Formulación del problema

¿Cómo incide el proceso de recepción y despacho de los productos e insumos de la distribuidora Comercial M&M en la satisfacción del cliente?

1.1.4. Delimitación del problema

- **Campo:** Despacho/recepción-Administración/logística
- **Área:** Bodega
- **Aspectos:** Proceso recepción y despacho del dueño al cliente
- **Periodo:** 2018

1.2. Variables de investigación

Independiente: Proceso de recepción
Proceso de despacho

Dependiente: Satisfacción del cliente.

1.3. Objetivos de la investigación

Objetivo general

- Proponer mejoras para el recepción y despacho de los productos e insumos de la Distribuidora Comercial M&M, 2018.

Objetivos específicos

- Fundamentar aspectos teóricos sobre procesos de recepción y despacho, así como la satisfacción del cliente.

- Diagnosticar el proceso actual de recepción y despacho de los productos e insumos en la Distribuidora Comercial M&M en relación a satisfacción de los clientes.
- Proponer mejoras para el proceso de recepción y despacho de productos e insumos de la Distribuidora Comercial M&M.

1.4. Justificación de la investigación

El trabajo presentado es de suma importancia porque el mismo gira en la búsqueda de una solución al problema de recepción y despacho de productos e insumos de la Distribuidora Comercial M&M, el cual ha presentado varias situaciones anómalas que están mermando la productividad del área de bodega por lo cual se exponen los siguientes criterios de justificación.

La característica de esta propuesta se fundamenta en brindar una conveniencia para la Distribuidora Comercial M&M, específicamente para su área de bodega identificando soluciones que sean factibles de aplicar en ella para agilizar de esta manera cada uno de sus procesos manteniendo un inventario ordenado y siembre abastecido para garantizar un orden y satisfacción a los clientes internos y externos de este negocio.

La propuesta relaciona al despacho tiene como fin garantizar la reposición de los productos e insumos, a través de la propuesta se busca eliminar la situación tensa con los clientes. La tecnología es una gran herramienta para agilizar los procesos por ello, con la implementación de la propuesta se propondrá un software que permita una fácil registro de los ingresos y egresos de los productos e insumos mediante el cual se podrá tener un mayor control y se evitará el desabastecimiento.

La relevancia social se encuentra presente en esta propuesta porque al identificar las soluciones idóneas para mejorar los procesos del área de

bodega el clima organizacional mejorará fomentando la sinergia entre el personal además de proporcionar la atención adecuada y a tiempo a los clientes internos teniendo para ellos los productos e insumos de primera necesidad disponibles en el momento solicitado.

La aplicación práctica va a estar presente en todo el desarrollo de esta propuesta en vista que se realizará una observación de los procesos que se realizan en el área de bodega (input - output), recomendado paso a paso que permitirá subsanar la problemática existente en la Distribuidora Comercial M&M. El cliente se siente engañado cuando se le confirma sobre la existencia de un producto o servicio y este en realidad no está en stock lo que genera un malestar en el cliente interno.

Las empresas, deben ser funcionales porque se esta forma establecerá una atención que sea expresa hacia el interior de la misma es decir, sus empleados cuando esta es adecuada se fomentará la satisfacción y fidelización de los clientes externos.

Tiene utilidad metodológica para la Distribuidora Comercial M&M porque con la propuesta sus procesos de recepción y despacho se realizarán con efectividad mejorando la satisfacción del cliente interno y externo por lo que esta mejora servirá de base o herramienta para garantizar la satisfacción de los clientes. Además la propuesta servirá de referente a otros trabajos similares.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Antecedentes históricos

La logística, la palabra tiene sus orígenes del griego *logistiké*, referente al cálculo siendo tan antigua con la raza humana, aunque estos en sus inicios no eran conscientes de su aplicación diaria más aún cuando la reserva de alimentos se tornaba imperiosa en la época de invierno es así como inicia un proceso de aprovisionamiento y control de inventarios desde una era prehistórica. (Iglesias, 2016)

El imperio romano le dio un giro a esta conceptualización hacia el ámbito militar desde el momento en que nombra a su administrador del ejército como *legista*, terminología que perduró hasta el imperio bizantino. Sin embargo, el matemático Francois Viéte en el año de 1591 implanta términos como: *logística numerosa* para referirse al cálculo numérico y *logística espaciosa* para el cálculo alfabético, pero la conceptualización que se le dio al ámbito militar no se perdió. La correcta implementación de la logística permite que las empresas se logren posicionar en el mercado y permitan satisfacer las necesidades de sus clientes (Iglesias, 2016).

En la actualidad, esta es aplicada en el mundo de los negocios con el fin de salvaguardar el aprovisionamiento y suministros de sus productos y procesos, que despegó en los años 1950-1960 en Estados Unidos aplicándolas en sus actividades de almacenamiento, transporte y distribución comercial.

La logística se resume a un acto que se fundamenta en la planificación y gestión de sus operaciones (figura 2.1) que se relacionan con el flujo de sus productos desde su recepción hasta culminar con el despacho. (Escudero, 2014)

La conceptualización sobre logística deja en claro que esta es fundamental para el adecuado manejo de sus productos si esta es inadecuada es ahí donde se originarán los problemas provocando que exista un descontrol en la existencia de la mercancía además que la satisfacción de los clientes se verá afectada enormemente.

Figura 2.1 Proceso de la logística



Fuente: Iglesias, 2016

2.1.2. Antecedentes referenciales

2.1.2.1. Aspectos generales de la logística

La logística no es algo nuevo siempre se ha aplicado de una u otra forma en la vida cotidiana de las personas y al conocer más sobre ella ha crecido la necesidad por conocerla y aplicarla de una forma adecuada con la finalidad de mantener una gestión óptima en los procesos de aprovisionamiento y control de inventarios con el fin de garantizar el correcto recepción y despacho de sus materias primas y así mantener en alto la satisfacción de sus clientes internos y externos. Esta importante disciplina no es algo aislado o que solo incumbe a determinados países, y a determinados aspectos, como hacen referencia (Asmat & Pérez, 2015), se ha enfocado en los últimos años hacia el rediseño de recepción y despacho, almacenamiento, picking y despacho de productos y entrega, fundamentalmente en lo que refiere a la distribución.

La logística es de mucha utilidad para las empresas porque se relaciona estrechamente con las actividades que estas realizan debido a su complejidad e

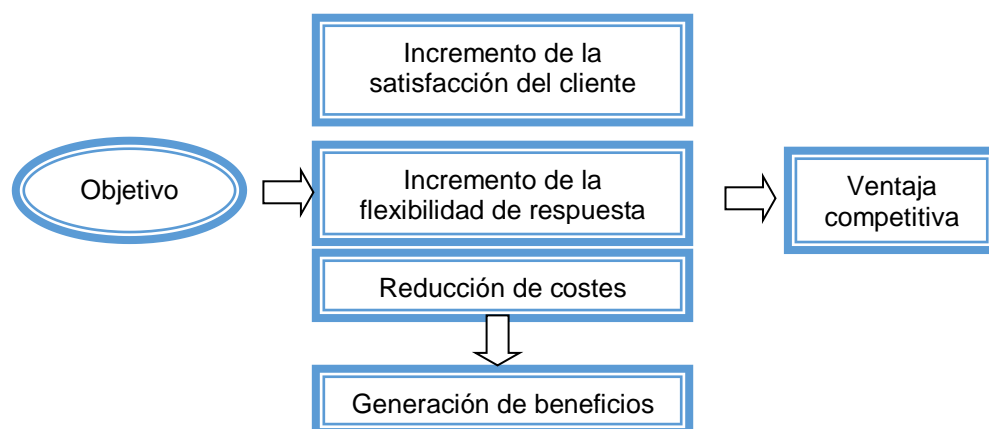
importancia, se establece un área específica la cual está destinada para gestionar los flujos, así como los posibles cuellos de botellas que se den durante su desarrollo. En sí, el proceso logístico se relaciona con el aprovisionamiento, fabricación, almacenaje, así como la distribución de sus productos siendo esta una forma de gestionar las actividades que se realizan en la empresa. (Anaya, 2015)

La logística se ha concebido en los últimos tiempos como parte substancial de la cadena de suministro, porque de esta depende la correcta planificación, ejecución y sobre todo para mantener un control que sea realizado con efectividad sobre el aprovisionamiento y despacho de los productos además de manejar el correcto flujo de la información que conlleve a satisfacer las necesidades de los clientes del negocio.

Desde el punto de vista empresarial la logística cumple la función de “planificar, así como encargarse de las operaciones que tienen relación con el flujo de materias primas, productos semielaborados o terminados desde el aprovisionamiento, concluyendo este proceso cuando el producto o servicio ofrecido llega a las manos de los clientes” (Escudero, 2014, p. 9).

La logística tiene numerosos objetivos, dentro de ellos están los que se muestran en la figura 2.2.

Figura 2.2. Objetivos de la Logística



Fuente: Escudero, 2014

La existencia de un adecuado proceso logístico debe convertirse en una cultura organizacional, porque permitirá que cada una de las actividades que se realizan en la empresa cumpla con su fin establecido de esta forma es posible colocar en el mercado objetivo los bienes, productos o servicios al alcance de los consumidores y sobre todo manteniendo un costo mínimo sin que esto afecte la calidad del producto final ofertado.

2.1.2.2. Cadena de suministro como enfoque logístico

La gestión de la cadena de suministro se encuentra actualmente entre los enfoques más importantes de la logística, en inglés *Supply Chain Management* (SCM) se basa en un sin número de procesos que tienen como finalidad lograr la satisfacción de sus clientes de forma que sea eficiente y sobre todo eficaz para ellos (Sols, Fernández, & Romero, 2013).

La SMC desempeña un papel muy importante porque involucra un factor determinante para cualquier negocio que es alcanzar la satisfacción de los clientes, a través de bienes o servicios, la concepción de estas cadenas inicia con el primer eslabón de un servicio o producto, que puede ser el diseño del mismo hasta la entrega del producto o servicio en terminados y finaliza con la distribución de los mismos. Sus ventajas y desventajas se encuentran en el cuadro 2.1.

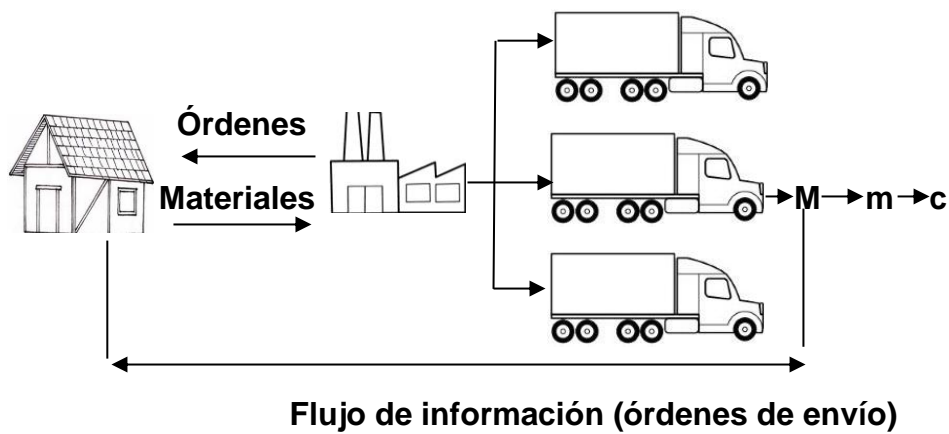
Cuadro 2.1. Ventajas y desventajas de la cadena de suministro

Ventajas	Desventajas
✓ Permite fidelizar a los clientes	✓ Mantener un control adecuado resulta tedioso
✓ El negocio se logra expandir	✓ Existirán casos fortuitos de los cuales no se tiene control y provocará el retraso de los procesos
✓ Se logra un liderazgo dentro del negocio	

Fuente: Moral, 2014

La balanza se inclina más hacia las ventajas que tiene la cadena de suministros, mientras se tenga un control y liderazgo adecuado, ésta permitirá lograr un aprovisionamiento y control de los inventarios óptimos además de alcanzar la satisfacción de los clientes externos pero sin olvidar a los internos cada uno de ellos son de vital importancia para el desarrollo de los procesos dentro de la empresa.

Figura 2.3. Elementos de la cadena de suministro y sus conexiones



Simbología	
	Almacén de materiales básicos
	Centros de producción
	Almacenes de distribución
M	Mayoristas
m	Minoristas
c	Clientes

Fuente: Cuatrecasas, 2014

La figura 2.3 es la representación de cómo circula la información durante el proceso de órdenes y envíos dejando en evidencia que esto es una cadena donde todos dependen unos de otros siendo el último eslabón de esta cadena el cliente o consumidor final.

La logística se enfoca de acuerdo a la actividad económica del negocio, cuando esta es comercial lo primordial para este tipo de empresa es el aprovisionamiento y distribución de la mercancía o productos, los cuales no necesitan ninguna transformación para ser ofertados al consumidor final con el fin de satisfacer una necesidad existente en los clientes y así lograr un posicionamiento que resulte beneficioso para la estabilidad económica de la empresa. Dada su complejidad es necesario hacer referencia sobre las funciones o procesos que se cumple en gestión logística siendo los ciclos básicos los que se detallan a continuación:

- **Aprovisionamiento**

Consiste en la etapa en que la empresa detecta necesidades y adquiere materia prima o productos que requiere para la venta por lo cual guarda una estrecha relación con la gestión de compras además de un análisis exhaustivo sobre la demanda existente y así tener una previsión para las ventas. La gestión de compras consiste en el proceso que lleva a efecto la empresa para adquirir la materia prima o productos necesarios para poner en venta y satisfacer las necesidades de los clientes (Escudero, 2014). La gestión de compra debe de ser correctamente planificada para evitar una ruptura de stock por ello.

Se requiere de un análisis de la demanda existente para que así siempre exista un stock para mantener las ventas y evitar pérdidas económicas y de clientes.

- **Distribución**

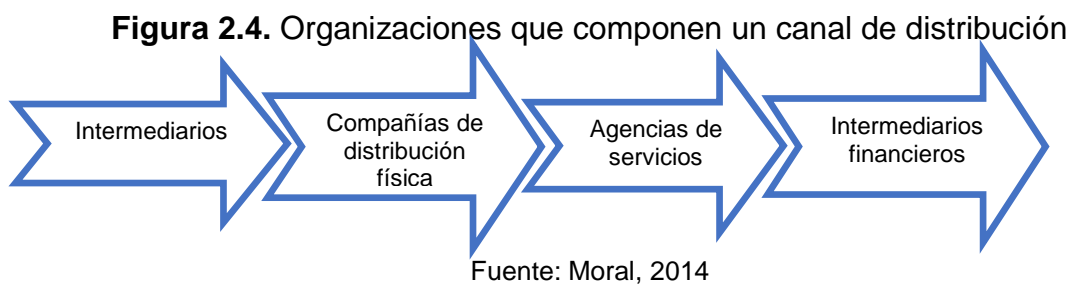
Las diferentes actividades que se realizan dentro de cualquier empresa desde el momento de su elaboración de su producto o servicio hasta llegar al consumidor final en el lugar y momento indicado es lo que se conoce como distribución. La distribución tiene como finalidad “llevar o colocar cada uno de sus productos al alcance de sus clientes, pero, para cumplir con esto es necesario una planificación adecuada de las diferentes actividades a realizar y satisfacer a sus clientes” (Molinillo, 2014, p. 49).

La distribución es la encargada directa del traslado de los productos hasta el cliente, pero para que se cumpla esto debe de existir un canal de distribución adecuado que permita la adquisición de una forma ágil y oportuna según las necesidades. Tiene una estrecha relación a la interacción que se da entre fabricantes y consumidores a través de los canales de distribución en lugar y tiempo establecidos asegurando la calidad y cantidad requerida.

La distribución se realiza a través de canales, éstos se refieren a las vías que de acuerdo a un estudio se han establecido para que el producto o servicio llegue al consumidor en los tiempos establecidos y calidad. (Marín, 2016)

Canal de distribución

Es la vía seleccionada por la empresa que es trazada como el punto de partida del producto (origen) hasta llegar al cliente (final), la elección del mismo es comúnmente a largo plazo y depende de factores como: tipo de producto, precio, etcétera. El canal de distribución involucra a todos quienes estén intervengán de una forma u otra en el mismo, es decir, fabricante, intermediarios entre otros que facilitan el salida de los productos o mercaderías (Figura 2.4.). (Ruíz & Parreño, 2013)



El canal de distribución se puede dar de forma directa o pasando por varios intermediarios hasta llegar al consumidor final por esta razón es necesario que se defina adecuadamente este canal con el fin de optimizar los tiempos generalmente este está conformado por:

- **Fabricante**

Tiene como objetivo fabricar un bien, productos o brindar un servicio.

- **Agente**

Persona encargada de facilitar las ventas a los fabricantes por medio de la identificación de clientes potenciales.

- **Mayorista**

No tiene relación directa con el consumidor final, este se vincula con el fabricante y otros intermediarios indistintamente si este es mayorista o minorista.

- **Minorista**

Su interacción se fundamenta entre el fabricante, mayorista y por último con el consumidor final.

- **Consumidor**

Es la persona que tiene la necesidad adquirida por un bien, producto o servicio determinado y que no cesará hasta que este lo posea.

Dentro de las actividades que se desarrollan en los procesos de aprovisionamiento y distribución se encuentran la de pedidos, inventarios, almacenamiento y transportación.

Almacenamiento

Las compras de materias primas o insumos y productos terminados deben de ser guardadas y conservadas según sus requerimientos para garantizar así la calidad de los mismos hasta el momento de su consumo o venta. La actividad que se ocupa de ello es el almacenamiento. Este es un tema que no puede ser tomado a la ligera, el mismo debe contar con las medidas de seguridad e higiene aprovechando con efectividad el lugar asignado para esta función (Ayala, 2016). Quiere decir, que el lugar destinado para el almacenamiento debe de contar con las condiciones adecuadas según los requerimientos y la actividad económica del negocio todo esto es con el fin de garantizar la calidad de los productos o insumos destinado para la venta y que lleguen en óptimas condiciones al consumidor final.

Almacén

El almacén es un espacio físico tiene como finalidad proporcionar un soporte y seguridad a la empresa respecto al resguardo, vigilancia y abastecimientos de sus productos o insumos, debido a la relevancia que tiene para la empresa esta área debe de contar con todos los medios necesarios para llegar a los clientes en el momento indicado según sus necesidades. (Mauleón, 2013)

Existen varios tipos de almacenes a los que se puede recurrir según los requerimientos del negocio siendo estos según:

- Estructura
- Según el tipo de material almacenado
- Actividad
- Función logística
- Nivel de automatización
- Propiedad (Serrano, Técnicas de almacén, 2015)

Según el tipo de material almacenado se clasifican en:

- ✓ De materia prima
- ✓ De productos en proceso
- ✓ De productos terminados

Actividades de almacenamiento

La empresa es la que define el tipo de almacén según sus necesidades hasta que estas sean transferidas a su destino. Las principales actividades que se realizan según Castellano (2015) son:

- Arribo al almacén
- Descarga
- Admisión y control
- Almacenamiento
- Desalmacenaje
- Picking
- Fijación de destinos
- Agrupamiento
- Carga
- Envío
- Despacho

El diccionario de la RAE, define el despacho como tienda o establecimiento que se dedica a la venta de determinados productos, la persona encargada de esta

actividad es el jefe de bodega y su equipo de quienes tienen la responsabilidad de registrar las entradas y salidas de los productos, la elaboración y despacho. Las actividades del almacenamiento según el autor anteriormente citado son:

- Recepción del pedido
- Cotejar datos del cliente
- Separar el producto solicitado
- Elaborar lista de picking
- Despacho o Disposición del pedido
- Elaborar aviso de despacho (cliente)
- Facturar el pedido
- Disponer la salida del producto

El correcto proceso de despacho facilita el control de ingreso y salida de los productos que maneja la empresa, existen tres tipos de despachos que se encuentran orientados al ámbito aduanero con el fin de cumplir con los requerimientos necesarios para importar y exportar siendo estos:

- Anticipado
- Urgente, y
- Excepcional (Aznar, Gallego, Medianero, Fernández, & Soto, 2016).

Con el fin de establecer controles adecuados en el proceso de despacho se puede aplicar la siguiente fórmula (Castellano, 2015):

Despacho = $\frac{\text{Número despachos cumplidos}}{\text{Número de total despachos requeridos}} \times 100$

Métodos de trabajo

El método de almacenamiento define la adecuada gestión de los productos dentro de la empresa lo que la hace ganar competitividad dentro del mercado pero para cumplir con esto se requiere de una investigación profunda para elegir la mejor opción que se ajuste a los requerimientos del negocio.

Equipo de manipulación

Los equipos de manipulación dentro del almacenamiento dependerá directamente de la actividad que esta realiza porque ningún producto o mercadería es igual a otro por lo que se requerirá de un cuidado diferente para cada uno de ellos, estos se clasifican en:

- **Equipos estáticos**

Son utilizados para la mercadería que es al granel que debe de guardar cierto grado de temperatura y humedad para garantizar la calidad del producto como, por ejemplo: arroz, yeso, etcétera.

- **Equipos dinámicos**

Se caracteriza por la manipulación y almacenamiento de los productos de forma ágil y eficiente lo que permite clasificarlos en:

- ✓ Equipo de movimiento sin traslado
- ✓ Equipo con movimiento con traslado (Moreno, 2014).

Todos estos procesos realizan actividades comunes como:

Inventario

Es la representación física de las diferentes materias primas, en proceso o terminados que posee una empresa para la elaboración de bienes o servicios que serán distribuidos al consumidor final, los inventarios se clasifican según su disponibilidad y deben de estar reflejada contablemente como un activo circulante. El inventario permite tener un control y verificación sobre los materiales o productos que posee la empresa (Meana, 2017). Los inventarios permiten tener un control sobre el stock del almacén para ello se deben de considerar los diferentes tipos de inventarios que son:

- Inventario de materias primas y componentes
- Inventario de productos terminados
- Inventario de productos en proceso

- Inventario de previsión
- Inventario de seguridad

Transporte

El transporte consiste en el traslado de los diferentes productos o insumos que comercializa la empresa hasta el lugar que ha sido solicitado por los clientes (punto de origen y destino) y que se debe de cumplir según lo que se haya pactado con cada uno de ellos.

Existen varios medios de transporte a los cuales se puede recurrir para llevar a cabo el traslado de los productos e insumos siendo estos los detallados a continuación:

- Terrestre
- Marítimo
- Aéreo (Anaya, 2015).

Proceso

Los procesos son esenciales para cumplir una tarea o actividad con éxito su inexistencia o aplicación inadecuada será el punto de partida para los problemas porque la ausencia de una continuidad evitará que exista una interrelación entre sí provocando un producto final o servicio que no cumpla con las expectativas de los clientes. Al referirse sobre pasos o cumplimiento de etapas para culminar con una determinada actividad o función se está hablando sobre un proceso porque de este depende el término de fases o etapas que se encuentre interrelacionadas entre sí de forma integral. (Luna, 2015)

Esta definición establece que un proceso establece las etapas necesarias para culminar una actividad determinada con éxito porque se sigue una secuencia la inobservancia de un "paso", provocará que el producto final o bien ofrecido no cumpla con las expectativas esperadas.

2.1.2.3. Satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente depende si el producto o servicio ofrecido cumple las expectativas esperadas por ellos, los clientes son cada días más cambiantes y por lo tanto, sumamente exigentes si se presenta un impase durante este proceso sin duda alguna la satisfacción se verá afectada. El cliente que se encuentra plenamente satisfecho con un producto o servicio será fiel a la empresa pero no se puede olvidar que esta es muy sensible y en cualquier momento se puede ver afectada una situación “negativa”, de acuerdo a su percepción es por esta razón que es sumamente importante estar atentos a cada una de sus necesidades saber escucharlos. (Mateos, 2013)

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

En el trabajo se toma en cuenta desde el punto de vista de la fundamentación legal lo siguiente:

- **Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial**

Esta ley tiene como finalidad organizar, planificar y controlar el transporte terrestre así como la seguridad vial dentro del país, por lo que tienen en cuenta al artículo 58 para la contratación de servicios de transporte a terceros

Artículo 58. El transporte por cuenta propia es un servicio que satisface la movilización de personas o bienes, dentro del ámbito de las actividades comerciales exclusivas de las personas naturales y/o jurídicas, mediante el uso de su propio vehículo o flota privada. (Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, 2014, p. 18)

2.3. Variables de la investigación

Variable independiente

Proceso de recepción: Es el proceso en el cual los productos procedentes de un proveedor llegan al almacén para ser salvaguardados, comenzando por controlarlos en cantidad y calidad, así como registrarlos, para seguir con la secuencia de pasos del almacenamiento.

Proceso de despacho: Es el proceso en el cual se preparan los pedidos, para ser cargados al medio de transporte, transportados y entregados al cliente.

Variable dependiente

Satisfacción del cliente:

2.4. Glosario de Términos

- **Eficacia**

Se refiere a la capacidad de alcanzar los objetivos deseados a través de una determinada acción.

- **Eficiencia**

Lograr los objetivos fijados en el tiempo establecido y con la menor utilización de recursos.

- **Liderazgo**

Influencia que se ejerce una persona a través de sus habilidades directivas o gerenciales hacia otros individuos para alcanzar un beneficio común.

- **Mejora**

Es incrementar la calidad de los productos o procesos que se realizan dentro de una organización con la intención de que sea mejor.

- **Proceso**

Son las diferentes actividades que se ejecutan para llegar a una meta fijada.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Presentación de la empresa

La Distribuidora Comercial M&M, es una pyme joven en el mercado, nació en el 2015 en el norte de la ciudad de Guayaquil como un pequeño emprendimiento pero teniendo como prospectiva crecer y buscar su posicionamiento en el mercado. Su actividad económica principal es el recepción y despacho de productos e insumos para pastelería como: manjar, glaseado, nueces, café, chocolate líquido de diferentes colores, gotas de chocolate, maquinaria, entre otros.

Su **misión** está definida como:

Proporcionar a los clientes mayoristas y minoristas productos e insumos que sean de óptima calidad, garantizando los tiempos de entrega de los pedidos para cumplir con las más exigentes expectativas de los clientes.

Su **visión**:

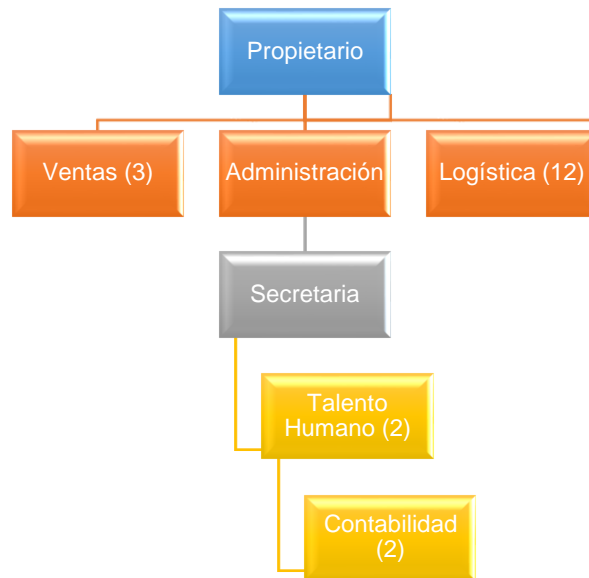
Para el 2020 ser una empresa que se encuentre plenamente posesionada en el mercado convirtiéndose en un referente en la distribución y comercialización de productos e insumos para pastelería satisfaciendo las necesidades cambiantes y exigentes de los clientes.

Los **valores**:

- ✓ Responsabilidad
- ✓ Calidad
- ✓ Honestidad
- ✓ Efectividad
- ✓ Innovación
- ✓ Mejora continua

De manera general la empresa tiene estructurada sus funciones según muestra la figura 3.1.

Figura 3.1. Organigrama de la Distribuidora Comercial M&M



Fuente: Distribuidora Comercial M&M

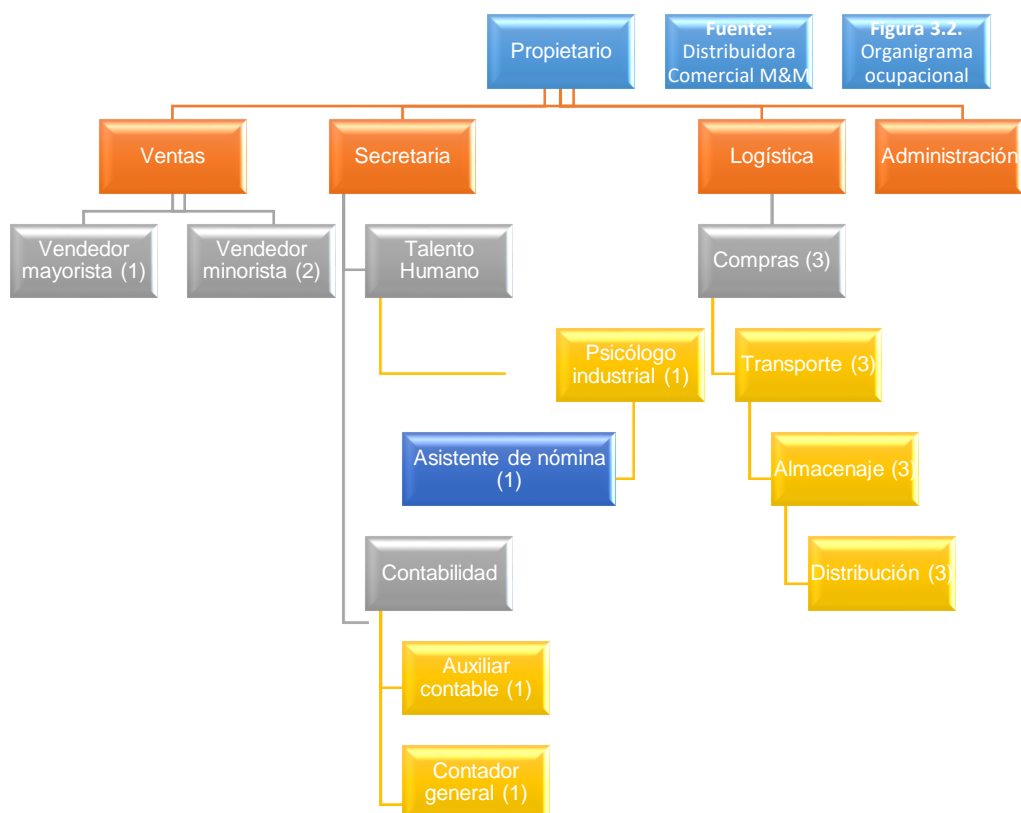
La cantidad de trabajadores con que la empresa realiza todas sus funciones y actividades se reflejan en la figura 3.2.

Su entorno específico está compuesto por sus clientes, proveedores y competidores, relacionándose a continuación:

Clientes

- Panadería Colombia Chiquita
- Sabor y Pan
- Dulces y ricuras
- Pan caliente
- Los Dulces

Figura 3.2. Organigrama ocupacional



Fuente: Distribuidora Comercial M&M

Proveedores

- La Universal
- Hornos y Partes
- Adeucarpi Cía. Ltda.
- Fritaga S.A.
- Gustaff
- Confiteca
- La Moderna

Competidores

- La Moderna
- Gustaff
- Pastipan
- Pastelo

3.1.2. Análisis económico financiero de años anteriores

Durante el año 2017 (comparada contra 2016), la posición financiera de la Distribuidora Comercial M&M se refleja en los siguientes resultados, mostrándose algunos indicadores en el cuadro 3.1.

Cuadro 3.1. Algunos indicadores financieros de la Distribuidora Comercial M&M

Indicador	2017	2016
Razón corriente	1.51	2.05
Razón prueba ácida	1.04	1.42
Capital de trabajo	314	505

Fuente: Elaboración propia

El reflejo de los indicadores demuestra que la empresa durante el 2017, disminuyó su capacidad financiera, el indicador razón corriente aunque no es crítico, muestra que disminuyó en 26% respecto al año anterior su capacidad para cumplir con sus obligaciones a corto plazo, es decir por cada dólar que adeuda la empresa posee 1.51 para cancelar sus obligaciones. Por su parte, la prueba ácida, como razón de liquidez, se encuentra en los límites del indicador con valor aceptable, pues en el momento de análisis, la empresa puede pagar sus obligaciones a corto plazo, pero es preocupante, pues no tiene holgura, quiere decir que manteniéndose esa situación, no seguir pagando la totalidad de sus deudas a corto plazo sino vende sus mercaderías.

La situación que evidencia con el capital de trabajo del 2017, es que sufrió una caída con respecto al año 2016, lo cual demuestra que aun la empresa puede seguir operando sin grandes riesgos, pero debe estar alerta para cambiar el comportamiento del indicador. De manera general la situación debe prestársele atención, porque deja ver que la capacidad financiera en el corto plazo se verá afectada de no tomarse algunas medidas

3.2. Diseño de la Investigación

3.2.1 Tipo de investigación

La metodología a elegir es un paso que requiere de atención, busca tener una idea clara y precisa sobre el objeto en estudio para llegar a ello el tipo investigativo que se va a llevar a cabo.

La investigación descriptiva es una de las más utilizadas y su principal característica es describir un hecho. En este tipo de investigación se identifica una determinada situación, la cual se conoce a través de la observación e información, lo cual permite realizar un diseño sobre la situación que se está buscando determinar y darle solución. (Del Río, 2013)

La investigación que se desarrolla es de tipo descriptiva, porque en este caso de describirá todo lo relacionado con el proceso de distribución de la empresa Distribuidora Comercial M&M.

Además es de tipo Correlacional, porque en el problema a resolver se definen dos variables, las cuales van a relacionarse para poder determinar la incidencia que tiene el proceso de distribución con la satisfacción del cliente. Este planteamiento está basado en la definición dada por Peña (2014) “Con este método medimos la relación entre variables mediante el coeficiente de relación, describe cómo dos variables varían de modo concomitante: s varía una cómo varía la otra” (p. 16). Este método se resume a establecer la existencia de una relación entre dos o más variables y la forma como afecta el cambio de una de ellas sobre la otra u otras.

También la investigación a realizar es explicativa, porque se centrará en la búsqueda de efectos y sus causas raíces para poder actuar sobre ellas eliminándolas o disminuyendo su efecto negativo. Una de sus definición según Arias (2014) “Busca el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto, es decir, determina la causa (investigación post facto). Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos” (p.

26). Es decir, determina las causas o razones que dan origen al fenómeno así como establecer sus condiciones

3.2.2. Pasos para el proceso investigativo

- Diagnóstico del proceso actual de recepción y despacho de los productos e insumos en la Distribuidora Comercial M&M
 - Aspectos generales sobre la distribución y almacenamiento en la Distribuidora Comercial M&M
 - Descripción del proceso recepción y despacho en la bodega de la distribuidora
 - Evaluación de la satisfacción de los clientes sobre el proceso de distribución en la Distribuidora Comercial M&M
 - Determinación de las principales causas que afectan la recepción y despacho durante la distribución
- Propuesta de mejora para el proceso de recepción y despacho de la mercadería.

3.2.2.1. Técnicas aplicadas a la investigación

La elección de cada técnica o instrumento de investigación son de vital importancia para crear bases sólidas para sustentar el trabajo realizado pero, también que sean un medio útil para recopilar la mayor cantidad de información que permita establecer conclusión que sea favorable para identificar una solución que sea factible para solucionar el problema identificado. Las técnicas utilizadas en un trabajo de investigación de cualquier índole que este sea, permite realizar un registro de las observaciones que se han ejecutado con el único fin de analizar y procesar los datos recabados (Gil, 2016). Las técnicas de investigación son un medio para recopilar, analizar y procesar la información que se ha recabado para desarrollar la propuesta presentada delimitando el problema y la mejor solución que se adapta a las necesidades del área de bodega la Distribuidora Comercial M&M estas técnicas o instrumentos son:

✓ **Documental**

Se la denomina de esta forma porque como su nombre lo indica, se enfoca en recolectar la mayor cantidad de información la misma que es obtenida de fuentes que sean plenamente confiables siendo por ejemplo los periódicos.

En la evaluación de la satisfacción de los clientes se utiliza como técnica la encuesta, la cual fue diseñada según estudios anteriores sobre distribución. (Reto, 2014). La encuesta se muestra en el anexo 1. Para aplicar la encuesta es necesario determinar la población y muestra.

Población

La población es el conjunto de personas, objetos que puede ser observada, con características comunes y esenciales para extraer una conclusión de una situación en particular. (Quezada, 2014) Al tener plenamente identificada la población, resulta posible realizar un buen trabajo de investigación, aunque cuando la misma es muy amplia, es necesario definir una muestra con el objetivo de optimizar tiempo y recursos.

Muestra

La muestra es la representación numérica reducida con respecto a la población a estudiar, y donde las respuestas obtenidas a partir de ella, pueden ser consideradas como las de la población. (Rodríguez, 2014)

Para determinar la muestra sobre el número de clientes que concurre a la Distribuidora Comercial M&M, se utiliza la expresión de población finita, tomando como referencia la información interna acerca del promedio de clientes que se atienden en un mes. El promedio de clientes atendidos en el mes analizado fue de 300 personas.

Fórmula población conocida

$$n = \frac{NP(1-P)}{\frac{(N-1)E^2}{z^2} + P(1-P)}$$

Datos:

n- Tamaño de la muestra ***n*= 73 clientes**

N- Población. $N= 300$

P- Proporción muestral o su estimado. $P= 0,50$

E- Error absoluto permisible. $E= 0,10$

z- Valor de z para un nivel de significación deseado. $z= 1,96$

El resultado refleja que la muestra a encuestar es de 73 personas. El procesamiento de la información se realizará en Excel.

Otras de las técnicas utilizadas en la investigación son:

- Diagrama de proceso
- Diagrama causa-efecto

El diagrama de proceso se utiliza para describir la secuencia de actividades realizadas en la recepción y despacho de mercadería de la empresa a estudiar. Por su parte el diagrama causa efecto es la herramienta a aplicar para determinar las causas y causas raíces que provocan las insatisfacciones que tienen los clientes sobre la distribución de la empresa.

CAPÍTULO IV

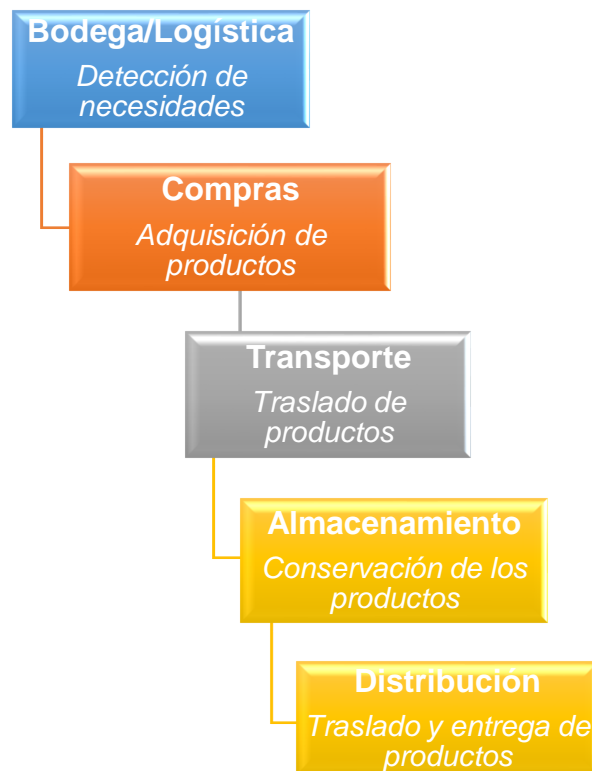
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Diagnóstico del proceso actual de recepción y despacho de los productos e insumos en la Distribuidora Comercial M&M

4.1.1. Aspectos generales sobre la distribución y almacenamiento en la Distribuidora Comercial M&M

El proceso de Distribución y Almacenamiento en la Distribuidora Comercial M&M se encuentra enmarcado en el diagrama de proceso de la figura 4.1.

Figura 4.1. Esquema del proceso general de la Distribuidora Comercial M&M



Fuente: Elaboración propia

Las compras en la empresa son realizadas en varios proveedores como son: La Universal, La Moderna, Gustaff.

La empresa tiene dentro sus principales clientes un grupo de panaderías ubicadas en el norte de la ciudad, las cuales ya fueron mencionadas anteriormente, tales como:

- Panadería Colombia Chiquita
- Sabor y Pan
- Dulces y ricuras
- Pan caliente
- Los Dulces

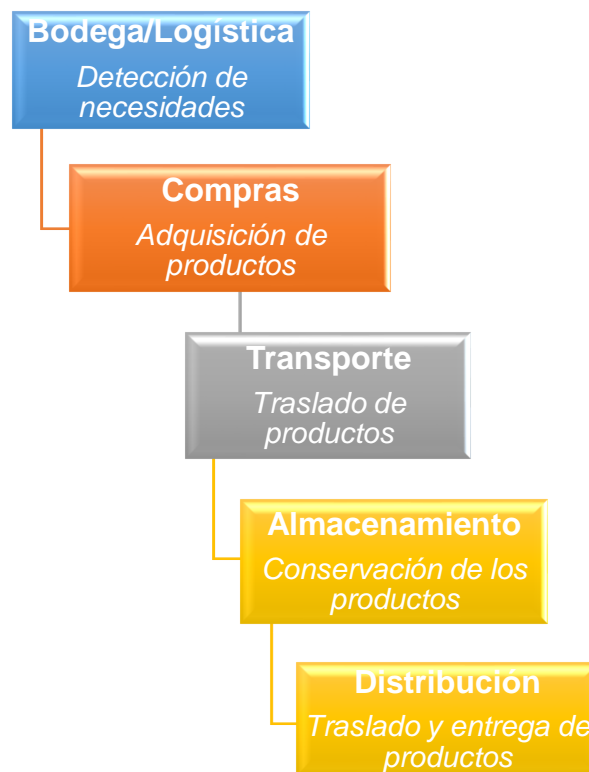
Los principales productos e insumos que se encuentran en la cartera del negocio están:

- Manjar
- Glaseado
- Nueces
- Chocolate líquido
- Café
- Gotas de chocolate
- Amasadoras
- Batidoras
- Moldes
- Vitrinas pastelera

4.1.2. Descripción del proceso de recepción y despacho en la bodega de la distribuidora

El proceso de Distribución y Almacenamiento en la Distribuidora Comercial M&M se encuentra enmarcado en el diagrama de proceso de la figura 4.2.

Figura 4.2. Esquema del proceso de recepción y despacho de la Distribuidora Comercial M&M



Fuente: Elaboración propia

Las compras en la empresa son realizadas en varios proveedores como son: La Universal, La Moderna, Gustaff.

La empresa tiene dentro sus principales clientes un grupo de panaderías ubicadas en el norte de la ciudad, las cuales ya fueron mencionadas anteriormente, tales como:

- Panadería Colombia Chiquita
- Sabor y Pan
- Dulces y ricuras
- Pan caliente
- Los Dulces

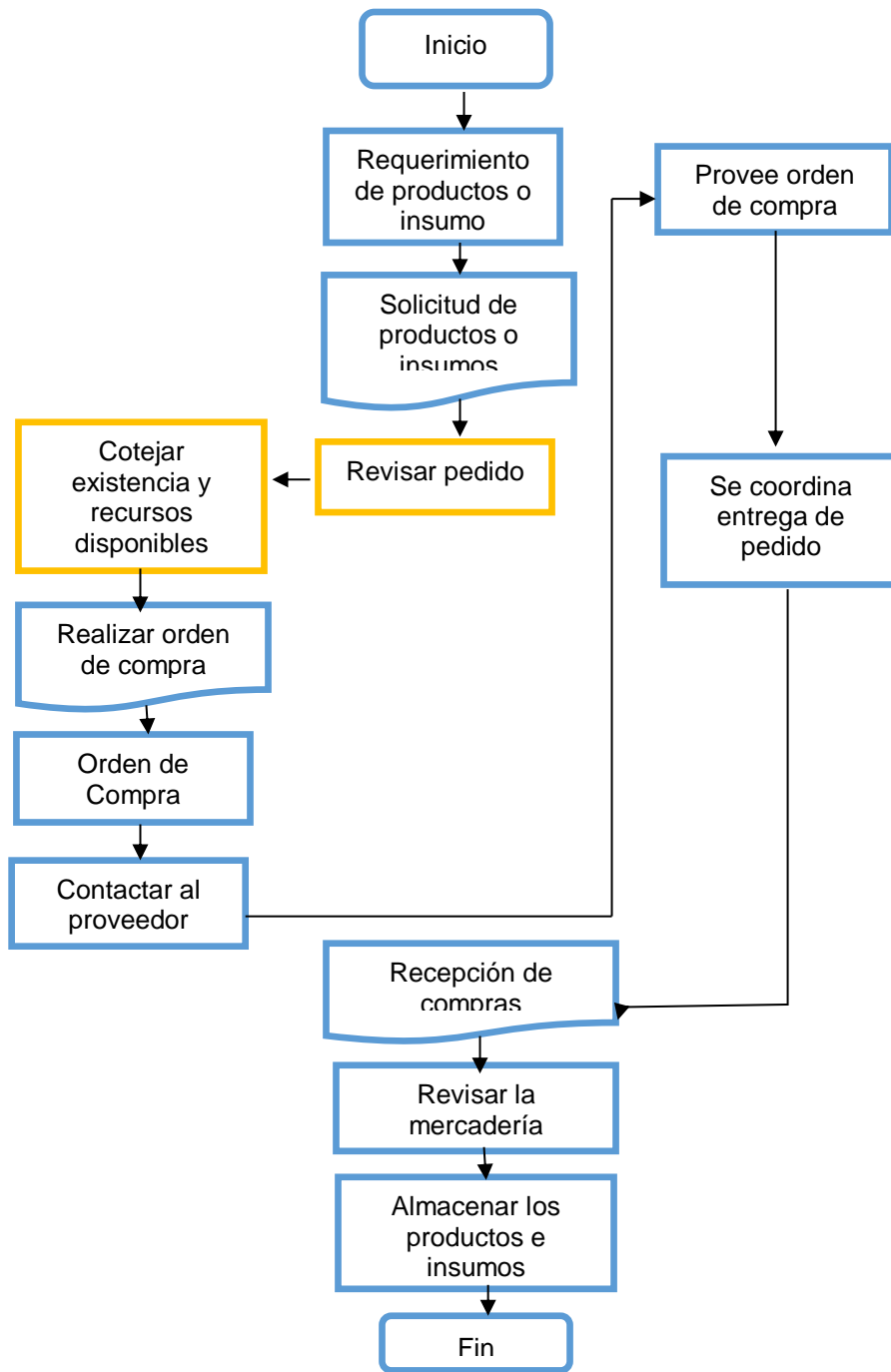
Los principales productos e insumos que se encuentran en la cartera del negocio están:

- Manjar
- Glaseado
- Nueces
- Chocolate líquido
- Café
- Gotas de chocolate
- Amasadoras
- Batidoras
- Moldes
- Vitrinas pastelera

4.1.3. Descripción del proceso de recepción y despacho en la bodega de la distribuidora

En el diagrama de proceso de compras de la figura 4.2, se representa el subproceso de recepción como parte de éste.

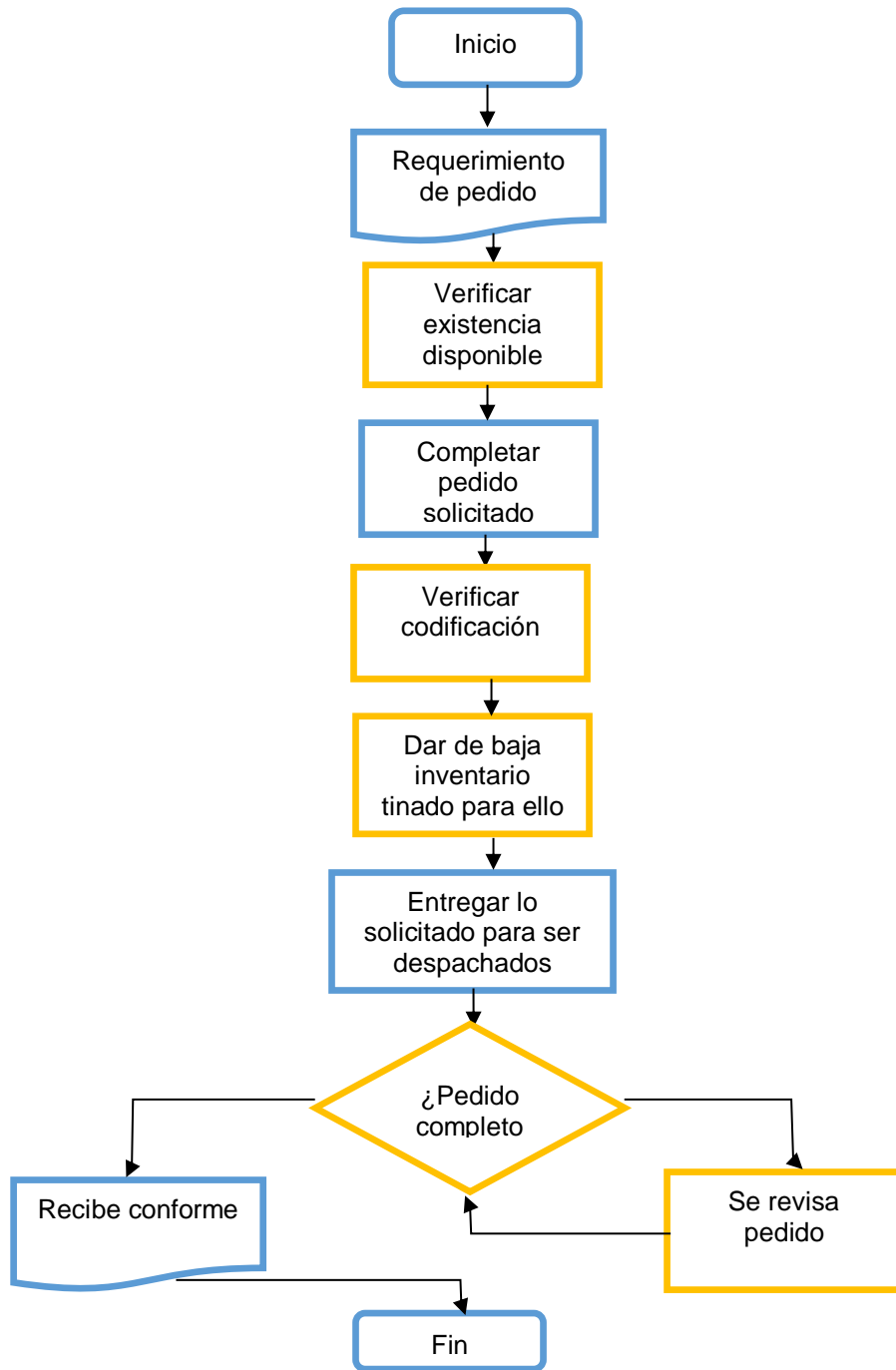
Figura 4.3. Diagrama de flujo del proceso de compras sugerido



Fuente: Elaboración propia

El proceso de despacho de la Distribuidora Comercial M&M se representa en la figura 4.4.

Figura 4.4. Diagrama de flujo de despacho propuesto sugerido



Fuente: Elaboración propia

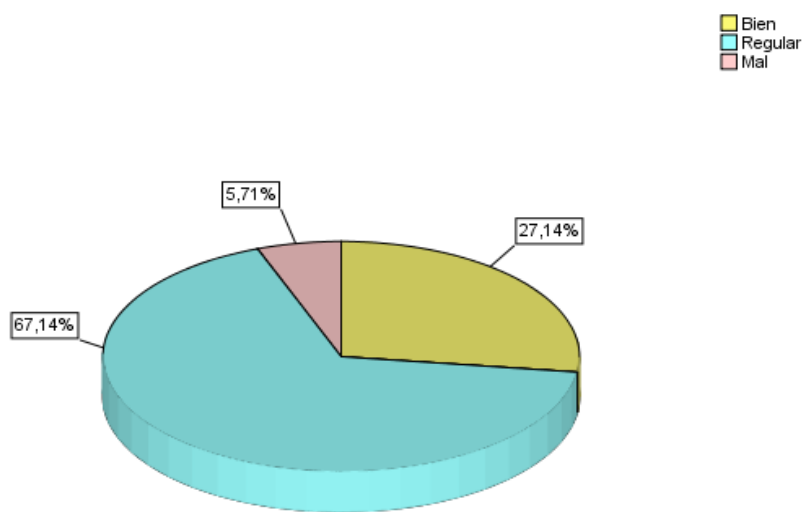
4.1.4. Evaluación de la satisfacción de los clientes sobre el proceso de distribución en la Distribuidora Comercial M&M

Los clientes son fundamentales para el negocio, por esta razón es necesario conocer su percepción frente al problema identificado. Para evaluar la satisfacción de los clientes se aplica la encuesta del anexo 1, que se desarrolló y la cual fue tratada en el capítulo III. La encuesta fue aplicada al número de clientes determinado como muestra. Los resultados obtenidos a partir del procesamiento en Ms. Excel se relacionan a continuación.

Pregunta 1. ¿Cómo califica los despachos por parte de la Distribuidora Comercial M&M?

Los despachos no tienen una total aceptación satisfactoria, pues el 27 % de los clientes encuestados lo evalúan de regular, mientras otro 5.71 lo considera de mal, es decir más de un 32 % no muestra satisfacción con los pedidos que le llegan. Ver figura 4.3.

Figura 4.5. Evaluación de la satisfacción del cliente

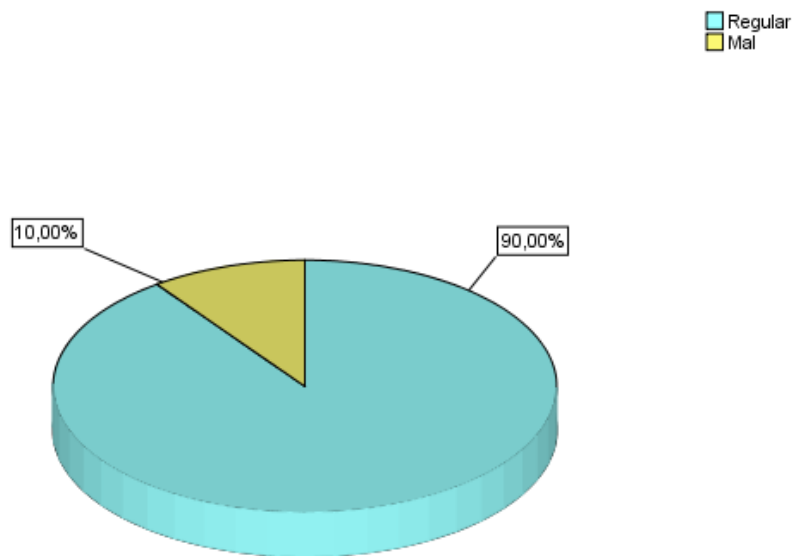


Fuente: Elaboración propia

Pregunta 2. ¿Se cumplen con los tiempos de entrega del pedido?

El cumplimiento de los tiempos de entrega no se cumplen de manera general, pues el 90.00% de los clientes que se seleccionaron para evaluar la distribución coincidieron con que este indicador es regular, retrasándose muchos de los pedidos que deben ser entregados, de igual manera el restante 10 % evalúa este tiempo de mal, siendo este un punto crítico de la empresa. Ver figura 4.4.

Figura 4.6. Tiempos/entrega

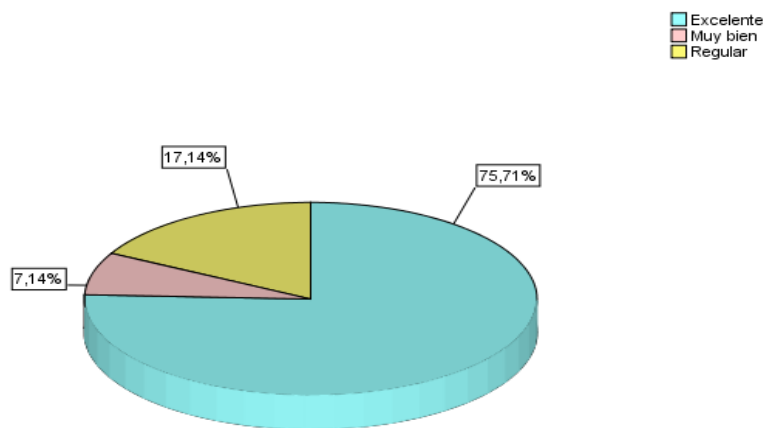


Fuente: Elaboración propia

Pregunta 3. ¿El estado y calidad de los productos o insumos entregados llegan en óptimas condiciones?

A pesar que más del 80 % de los clientes según muestra la figura 4.5 evalúan el estado y calidad de los productos que se entregan de excelente y muy bueno, existe un 7 % que expresa que sus pedidos se entregan en estado y con calidad regular. Este incumplimiento según lo esperado en muchas ocasiones está relacionado con el momento de embalar y transportar los productos hasta el cliente.

Figura 4.7. Estado/productos

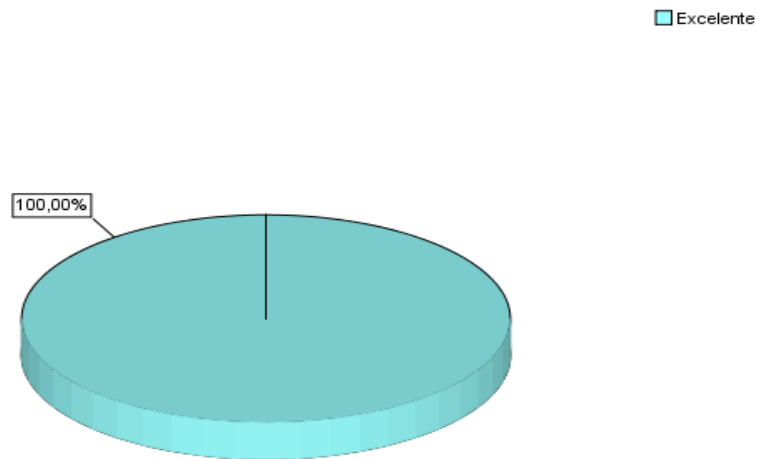


Fuente: Elaboración propia

Pregunta 4. ¿Los productos o insumos ofertados son de calidad?

El 100.00% de los encuestados respondieron a esta pregunta como excelente, la calidad en sus productos ha sido siempre una prioridad para la Distribuidora M&M lo que ha permitido que pese a los problemas los clientes no se alejen totalmente. Cada punto a favor, debe de ser aprovechado con el fin de subsanar los errores que se han presentado en los últimos tiempos, para que la empresa retome su rumbo adecuado.

Figura 4.8. Calidad/productos

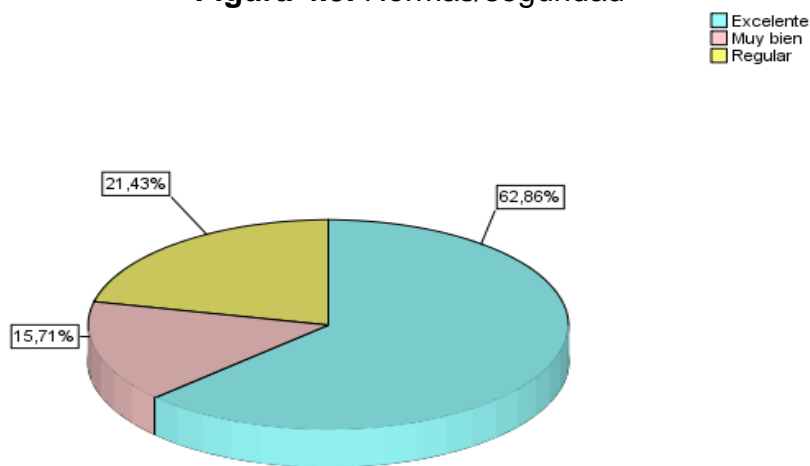


Fuente: Elaboración propia

Pregunta 5. El personal se encuentra debidamente uniformado, cumpliendo normas de seguridad e higiene del producto

El cumplimiento en la presentación del personal, así como de las normas de seguridad e higiene del producto dentro de la distribuidora son una prioridad y esto se corrobora a través de los resultados obtenidos en esta pregunta, siendo así que el 62.86 y 15.71% de los encuestados califican como excelente y muy bien, respectivamente, sin embargo aproximadamente un 21 % expresa su inconformidad con este aspecto. Ver figura 4.7.

Figura 4.9. Normas/seguridad

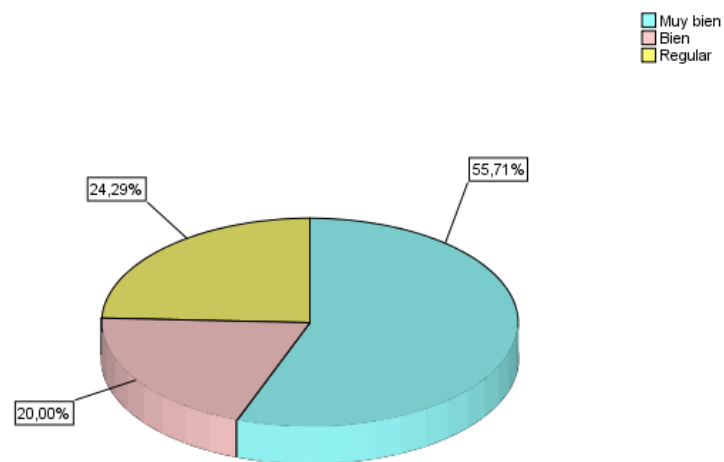


Fuente: Elaboración propia

Pregunta 6. ¿Los vehículos cuentan con las condiciones para el traslado de los productos o insumos?

El 25 % de los clientes encuestados evalúan de regular las condiciones de los vehículos que utilizan para la transportación de productos e insumos. El transporte en la distribuidora es contratado, por lo que en muchas ocasiones no cumple con los requerimientos para a transportación de este tipo de mercaderías. La figura se muestra en la figura 4.8.

Figura 4.10. Vehículos/condiciones

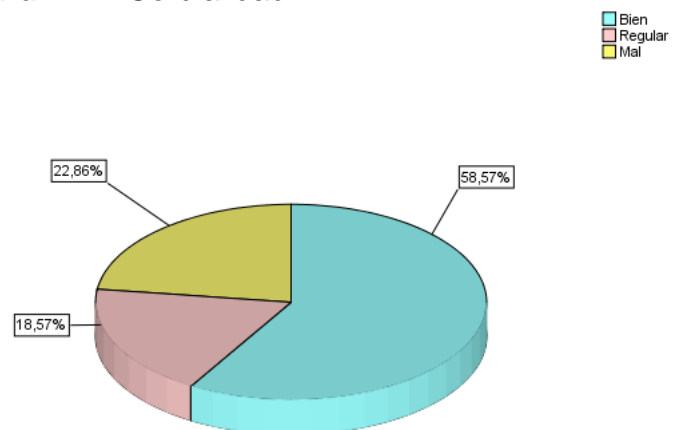


Fuente: Elaboración propia

Pregunta 7. Recibe trato cordial y respuesta profesional respecto a dudas de imprevistos respecto al pedido

El 59 % de los encuestados respondió que el trato y repuesta ante imprevistos es bueno, no obstante existe un 41 %, que evalúa este aspecto de mal, lo cual es preocupante, pues se evidencia que existe un problema con el trato de los empleados hacia los clientes.

Figura 4.11. Cordialidad

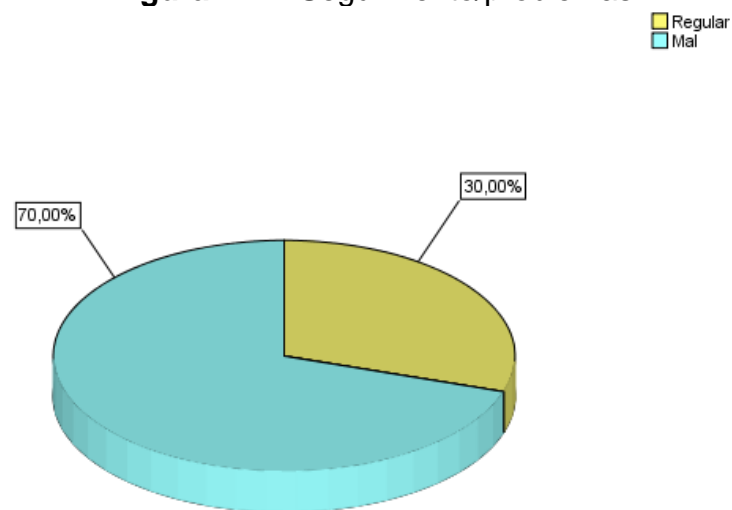


Fuente: Elaboración propia

Pregunta 8. ¿Existe un seguimiento cuando se presenta un problema con sus pedidos?

Según las respuestas de los clientes encuestados se evidencia que la empresa no tiene establecidos procedimientos para seguir las reclamaciones o algún problema que puedan presentar los clientes con sus pedidos en cualquiera de sus fases, así lo constata el 70 % de respuestas que evaluaron lo de mal y el otro 30 de mal. Figura 4.10.

Figura 4.12. Seguimiento/problemas

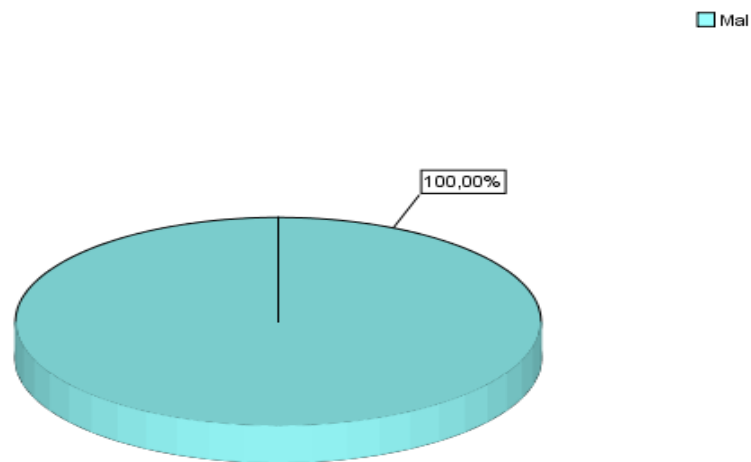


Fuente: Elaboración propia

Pregunta 9. ¿Existe algún contacto en la comunicación para conocer el trayecto y situación de sus pedidos?

La Distribuidora no mantiene ningún contacto con los clientes para informar sobre el seguimiento, el seguimiento y trayecto de los pedidos, por lo que, el 100 % de los clientes lo evalúan de mal en este aspecto.

Figura 4.13. Contacto



Fuente: Elaboración propia

El resumen de las insatisfacciones se muestra en el cuadro 4.1.

Cuadro 4.1.Resumen de incidencias presentadas

Indicador	Cantidad de insatisfacciones	%
Despachos por parte de la Distribuidora Comercial M&M	54	15,08
Tiempos de entrega del pedido	73	20,39
Estado y calidad de los productos o insumos entregados llegan en óptimas condiciones	15	4,19
Productos o insumos ofertados son de calidad	18	5,03
Personal se encuentra debidamente uniformado, cumpliendo normas de seguridad e higiene del producto	0	0
Los vehículos cuentan con las condiciones para el traslado de los productos o insumos	20	5,59
Trato cordial y respuesta profesional respecto a dudas de imprevistos respecto al pedido	32	8,94
Seguimiento cuando se presenta un problema con sus pedidos	73	20,39
Contacto en la comunicación para conocer el trayecto y situación de sus pedidos	73	20,39
Total insatisfacciones	358	100

Fuente: Elaboración propia

Las insatisfacciones más significativas se listan a continuación:

- Tiempos de entrega del pedido
- Seguimiento cuando se presenta un problema con sus pedidos
- Contacto en la comunicación para conocer el trayecto y situación de sus pedidos
- Estado y calidad de los productos o insumos entregados llegan en óptimas condiciones

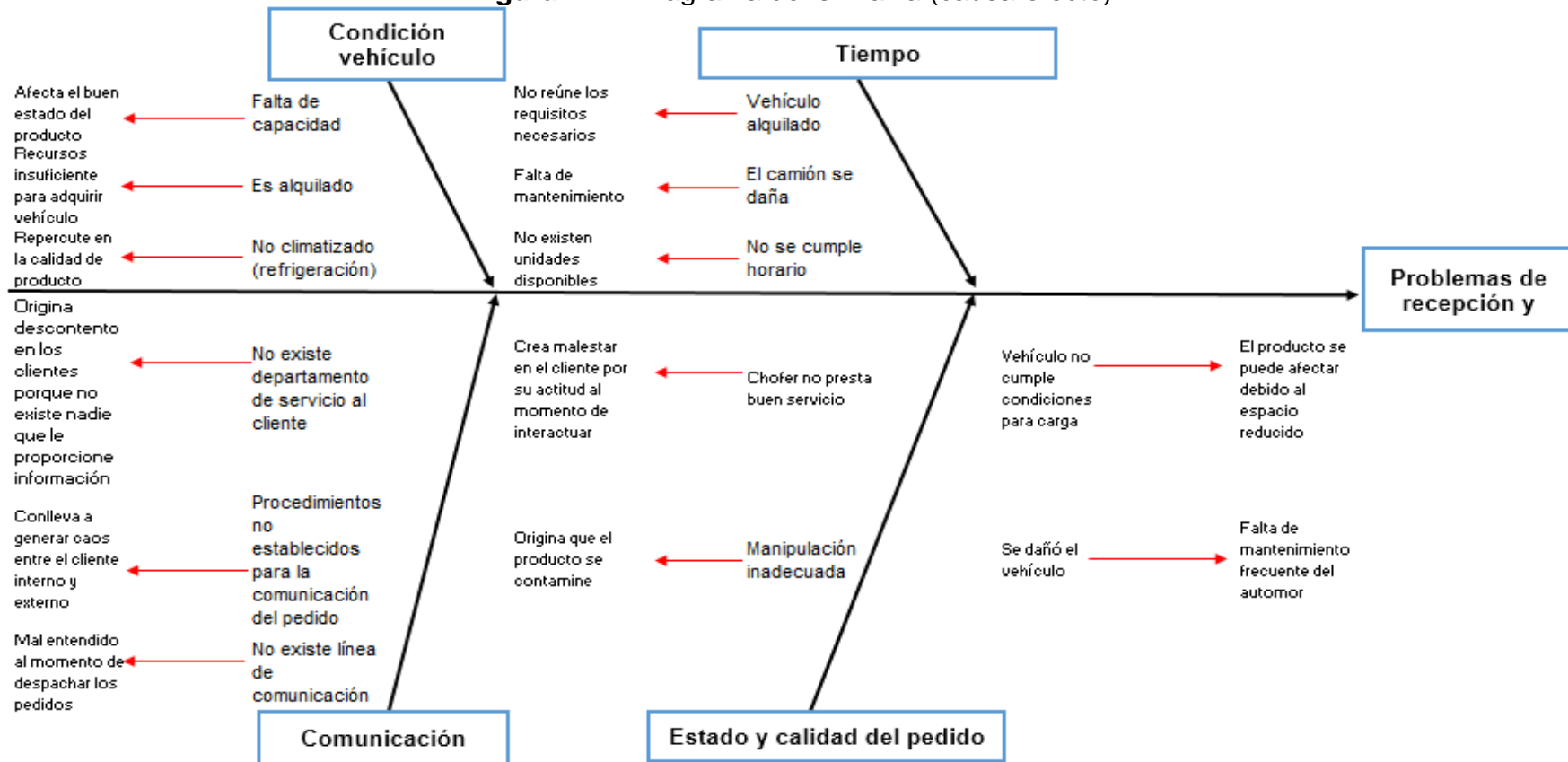
4.1.5. Determinación de las principales causas que afectan la recepción y despacho durante la distribución

La determinación de las causas que están originando las insatisfacciones que tienen los clientes de la Distribuidora Comercial M&M se definen con la utilización del diagrama Causa efecto o diagrama de Ishikagua. En el mismo, se colocan en las espinas los aspectos medidos de mayor insatisfacción, a partir de ello se buscaron las causas y causas raíces para actuar sobre las mismas. El diagrama se muestra en la figura 4.12.

1. El vehículo es alquilado, por lo que no existe un procedimiento para seleccionar el proveedor del servicio de transporte
2. Existe una manipulación inadecuada
3. No existe un procedimiento establecido para la comunicación del pedido

Una vez determinadas las causas raíces se procede a proponer las mejoras en cada caso.

Figura 4.12. Diagrama de Ishikawa (causa-efecto)



Fuente: Elaboración propia

4.2. Propuesta de mejora

La propuesta permite expresar las soluciones que se recomienda a la empresa, para ello se siendo lo más breve posible pero sin que afecte los resultados esperados, siendo este el mejorar los procesos de recepción y despacho en la Distribuidora Comercial M&M.

Propuesta 1. Propuesta de procedimiento para seleccionar el proveedor del servicio de transportación

- Determinación de los parámetros de selección del proveedor del servicio de transporte
- Asignación de nivel de importancia de los parámetros
- Evaluación de los parámetros

- **Determinación de los parámetros de selección del proveedor del servicio de transporte**

Los parámetros para la selección y evaluación del transporte, se dan a través de un trabajo en conjunto de especialistas que cuentan con los conocimientos y experiencia no solo de la empresa, sino de otros que forman parte de empresas que guardan similitud a la Distribuidora Comercial M&M, los mismos se detallan a continuación:

1. Climatización
2. Capacidad de carga
3. Vida útil del automotor (no superior a 5 años de antigüedad)
4. Documentos del vehículo en regla
5. Precio
6. Choferes con licencia profesional
7. Mantenimiento vehicular actualizado

Se define además, la puntuación a evaluar, se define de 1 a 5, 1 la menor puntuación y 5 el máximo.

- **Asignación de nivel de importancia de los parámetros**

Los especialistas definen el grado de importancia de cada parámetro.

Parámetros a evaluar	Importancia (%)	5	4	3	2	1
1. Climatización	35					
2. Capacidad de carga	15					
3. Vida útil del automotor	5					
4. Documentos del vehículo en regla	10					
5. Precio	10					
6. Choferes con licencia profesional	15					
7. Mantenimiento vehicular actualizado	10					

Para mostrar la propuesta se ejemplifica con tres proveedores, en el cuadro 4.3. Se evalúa cada parámetro a cada proveedor.

Cuadro 4.3. Evaluación de los parámetros de selección del proveedor

Parámetros a evaluar	Import.	Trans. pesado Los Andes	Brodi S.A	Trans. de carga Semeria
1. Climatización	0,35	2	5	1
2. Capacidad de carga	0,15	3	5	5
3. Vida útil del automotor	0,5	1	5	3
4. Documentos del vehículo en regla	0,10	1	5	3
5. Precio	0,10	1	5	3
6. Choferes con licencia profesional	0,15	2	5	1
7. Mantenimiento vehicular actualizado	0,10	1	4	2

Fuente: Elaboración propia

Se determina el valor total producto de la multiplicación de cada evaluación por su importancia otorgada. Ver cuadro 4.4.

Cuadro 4.4. Evaluación de los parámetros de selección del proveedor

Parámetros a evaluar	Trans. pesado Los Andes	Brodi S.A	Trans. de carga Semeria
1. Climatización	0,7	1,75	0,35
2. Capacidad de carga	0,45	0,75	0,75
3. Vida útil del automotor	0,5	2,5	1,5
4. Documentos del vehículo en regla	1,0	0,5	0,3
5. Precio	1,0	0,5	0,3
6. Choferes con licencia profesional	3,0	0,75	0,15
7. Mantenimiento vehicular actualizado	1,0	0,4	0,20
TOTAL	7,65	7,15	3,55

Fuente: Elaboración propia

Según la evaluación realizada en el ejemplo de referencia, el proveedor con menor puntuación en su evaluación es Transporte de carga Semeria. En el caso de este proveedor la empresa define como estrategia cerrar la contratación, pues existen elementos claves evaluados deficientes, como la climatización, esencial para el tipo de producto a transportar y que los choferes posean licencia profesional. El mismo procedimiento puede ser utilizado para evaluar sistemáticamente los proveedores y seleccionar el nuevo proveedor para sustituir a Transporte de Carga Semeria.

Propuesta 2. Mejorar la manipulación de los productos

Los productos a entregar son manipulados inadecuadamente durante el despacho, carga hacia el camión y descarga en el cliente. Los empleados de bodegas no colocan adecuadamente los cartones y productos no embalados. Tampoco se usan cartones con marcas gráficas de manipulación.

La propuesta radica en entrenar a los empleados en:

- Características de los productos y cargas que manipulan, sean envasadas o embaladas o no.

- Marcas gráfica de manipulación relacionadas con los productos que comercializa y colocación
- Ubicación en perchas de productos sueltos, envasados o embalados, estibas y cubicajes
- Formas de almacenamiento en bodega y equipos para manipular los productos
- Carga de medios de transporte según pedidos

Después de consultar con The Bottom Line y El Instituto de Desarrollo Profesional (IDEPRO), ambas empresas capacitadoras de la ciudad enfocan el tema sobre almacenaje y manipulación, pero al evaluar los costos se ha optado por la segunda opción en vista que la segunda es más económica, con una diferencia del 24% en relación a la primera alternativa. Ver cuadro 4.5. Los valores ofertados por ambos proveedores se muestran en los del cuadro 4.6, 4.7:

Cuadro 4.5. Costos de la capacitación

Proveedor	Costo (\$)
TBL	150.00
IDEPRO	340.00

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 4.6. Costo de la capacitación propuesto por IDEPRO

Cantidad	Curso	Horas	Cantidad Participantes	Valor unitario (\$)	Valor Total (\$)
1	Taller de buenas prácticas de almacenamiento y manipulación; atención a los clientes	20	12	340.00	4,080.00
Subtotal					4,080.00
IVA 12%					489.60
Total					4,596.60

Fuente: IDEPRO

Cuadro 4.7. Costo de la capacitación propuesto por TBL

Cantidad	Curso	Horas	Cantidad Participantes	Valor unitario (\$)	Valor Total (\$)
1	Taller de buenas prácticas de almacenamiento y manipulación; atención a los clientes	12	12	150.00	1,800.00
Subtotal					1,800.00
IVA 12%					216.00
Total					2,016.00

Fuente: The Bottom Line

De ambas opciones se selecciona la alternativa del proveedor The Bottom Line (TBL).

Propuesta 3. Procedimiento para la comunicación al cliente sobre su pedido

El primer paso para establecer una comunicación adecuada con el cliente es demostrar que se ha recurrido a todos los medios o formas posibles para cumplir con su pedido y de esa forma evitar un malestar en ellos logrando de esta forma su fidelización. Para lograr una comunicación adecuada desde el inicio hasta el final (venta), requiere de varios factores que se deben de tomar en consideración siendo estos:

La comunicación del pedido puede darse de dos formas:

- La comunicación a los clientes sobre su pedido
- La reclamación y tramitación de reclamaciones sobre el pedido

Proceso de comunicación sobre el pedido de los clientes

- La información acerca de cómo y en qué situación se encuentra el pedido debe ser de total conocimiento para los clientes.

- El proceso de la comunicación sobre el pedido debe ser de fácil acceso para los clientes. Puede ser
- La solicitud sobre la situación del pedido será recepcionada por el área de ventas para iniciar su trámite de manera inmediata.
- reclamación será tratada por los directivos y personal encargado de manera objetiva, para dar respuestas rápidas, siendo cordiales y amables.

En caso de ser una **reclamación sobre el pedido** el proceso será:

- La reclamación debe ser registrada e identificada.
- La reclamación debe ser confirmada y verificar que sucedió
- Se tramita la reclamación
- Se da solución a la reclamación

CONCLUSIONES

- La investigación realizada en el área de bodega de la Distribuidora M&M evidencia que las deficiencias existentes en el proceso de recepción y despacho de productos e insumos inciden en las insatisfacciones que tienen los clientes sobre sus servicios, las cuales expresaron como: demoras en los tiempos de entrega de pedido, inadecuado seguimiento cuando se presenta un problema con los pedidos y la inexistencia de comunicación para conocer el trayecto y situación de sus pedidos.
- La técnica Causa Efecto aplicada, permitió determinar las principales causas que ocasionan las insatisfacciones en los clientes, tales como: manipulación inadecuada de los productos, no existe un procedimiento para seleccionar el proveedor, teniendo en cuenta que los vehículos son alquilados y no existe un procedimiento establecido para la comunicación referente al estado del pedido.
- Las mejoras para resolver el problema planteado sobre la incidencia del proceso de recepción y despacho en la satisfacción de los clientes, se resumen en, la propuesta de un procedimiento para seleccionar y evaluar proveedores de manera que cumplan con los requerimientos adecuados, la propuesta de un entrenamiento y capacitación para los empleados de bodega sobre manipulación y almacenamiento de productos, así como un procedimiento para comunicar al cliente de su pedido.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a la Distribuidora Comercial M&M implementar las mejoras propuestas para mejorar el proceso de recepción y despacho de manera que se pueda incrementar los niveles de satisfacción de los clientes.
- Aplicar el estudio de satisfacción a los clientes de otras zonas, para determinar las causas probables y reales que las provocan.
- Aplicar el análisis causa efecto a las insatisfacciones que no fueron analizadas en el desarrollo de este trabajo, como el trato del personal durante el proceso de distribución, la calidad de los productos que se entregan, así como definir propuestas de mejoras para cada una de ellas.

BIBLIOGRAFÍA

- Anaya, J. (2015). *Logística integral: La gestión operativa de la empresa* (Quinta ed.). España: Esic Editorial.
- Arias, F. (2014). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas. Episteme.
- Asmat, L., & Pérez, J. (2015). *Rediseño de procesos de recepción, almacenamiento, picking y despacho de productos para la mejora en la gestión de pedidos de la empresa distribuidora Hermer en el Perú*. Lima.
- Ayala, J. (2016). *Gestión de compras*. España: Editex.
- Aznar, J., Gallego, M., Medianero, M., Fernández, A., & Soto, E. (2016). *Información y gestión operativa de la compraventa internacional*. Madrid: Cep.
- Blandez, M. (2014). *Proceso administrativo*. México: Unid.
- Borda, M. (2013). *El proceso de investigación, visión general de su desarrollo* (Primera ed.). Colombia: Del Norte.
- Castellano, A. (2015). *Logística comercial internacional*. Barranquilla: Ecoe Ediciones.
- De la Arana, M. (2015). *Optimización de la cadena logística*. España: Ediciones Paraninfo.
- Del Río, D. (2013). *Diccionario-glosario de metodología de la investigación social*. España: Uned.
- Escandell, C. (2014). *Evaluación del proceso de enseñanza-aprendizaje en formación profesional para el empleo* (Primera ed.). España: Vigo.
- Escudero, M. (2014). *Gestión de Compras* (Primera ed.). España: Ediciones Paraninfo.
- Flamarique, S. (2017). *Gestión de operaciones de almacenaje*. España: Marge Books.
- Gil, J. (2016). *Técnicas e instrumentos para la recogida de información*. Madrid: Uned.
- Iglesias, A. (2016). *Distribución y logística*. Madrid: Esic.
- Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (2014). Quito.
- Luna, A. (2015). *Proceso administrativo* (Primera ed.). México: Patria.
- Marín, M. (2016). *Escaparatismo y diseño de espacios comerciales* (Primera ed.). España: Ediciones Paraninfo.
- Mateos, M. (2013). *Atención básica al cliente* (Primera ed.). Málaga: IC editorial.
- Mauleón, M. (2013). *Teoría del almacén*. Madrid: Ediciones Díaz Santos.
- Meana, P. (2017). *Gestión de inventarios*. España: Ediciones Paraninfo.
- Molinillo, S. (2014). *Distribución Comercial Aplicada*. Madrid. Esic
- Moreno, S. (2014). *Operaciones auxiliares de almacenaje*. España: Elearning.
- Peña, B. (2014). *Métodos científicos de observación en educación*. Madrid. Visión libros.

- Quezada, N. (2014). *Estadísticas con SPSS 22* (Primera ed.). Lima: Macro.
- Reto, E. (12 de Diciembre de 2014). Mejora de la Distribución de mercadería en la empresa Imdisval S.A. *Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior Administración de Empresas*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Repositorio ITB.
- Rodríguez, M. (2014). *Investigación cualitativa: El método de la doble pregunta y las siete llaves del conocimiento cualitativo*. Guatemala: Ediciones Omega.
- Ruíz, E., & Parreño, J. (2013). *Dirección de marketing: variables comerciales*. España: Club Universitario.
- Serrano, M. (2015). *Técnicas de almacén* (Primera ed.). Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Serrano, M. (2015). *Técnicas de almacén* (Primera ed.). Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Sols, A., Fernández, I., & Romero, J. (2013). *Gestión integral de proyectos*. Madrid: Une.

ANEXOS

Anexo 1. ENCUESTA PARA CLIENTES

Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología Proyecto sobre despacho y recepción de productos e insumos

Objetivo: Delimitar los diferentes criterios que existen entre los clientes y personal de bodega frente al proceso actual de despacho y recepción de los productos e insumos que se maneja en la Distribuidora Comercial M&M.

Valoración: 1. Excelente; 2. Muy bien; 3. Bien; 4. Regular; 5. Mal

		1	2	3	4	5
1	¿Cómo califica los despachos por parte de la Distribuidora Comercial M&M?					
2	¿Se cumplen con los tiempos de entrega del pedido?					
3	¿El estado y calidad del producto o insumos entregados llegan óptimas condiciones?					
4	¿Los productos o insumos ofertados son de calidad?					
5	El personal se encuentra debidamente uniformado, cumpliendo normas de seguridad e higiene del producto					
6	Los vehículos cuentan con las condiciones para el traslado de los productos o insumos					
7	Recibe trato cordial y respuesta profesional respecto a dudas de imprevistos respecto al pedido					
8	Existe un seguimiento cuando se presenta un problema con sus pedidos					
9	Existe algún contacto para la comunicación para conocer el trayecto y situación de sus pedidos					

ID	P. 1	P. 2	P. 3	P. 4	P. 5	P. 6
1	4	4	1	1	4	2
2	3	4	4	1	1	3
3	4	4	4	1	1	2
4	3	4	1	1	4	2
5	3	4	1	1	1	4
6	4	4	1	1	1	2
7	3	4	1	1	4	3
8	4	4	4	1	1	2
9	4	5	1	1	4	4
10	4	4	2	1	1	2
11	4	4	1	1	2	2
12	4	5	4	1	1	3
13	3	4	4	1	4	4
14	4	4	1	1	1	2
15	3	4	1	1	1	3

16	4	4	2	1	4	2
17	3	4	4	1	1	4
18	4	5	1	1	4	2
19	3	4	4	1	1	3
20	4	4	2	1	4	4
21	4	4	1	1	1	2
22	3	4	1	1	4	2
23	4	4	4	1	1	3
24	4	5	4	1	4	4
25	4	4	1	1	1	3
26	4	4	2	1	4	2
27	4	4	1	1	1	4
28	3	4	2	1	1	2
29	4	5	1	1	1	3
30	3	4	4	1	4	4
31	4	5	1	1	1	2
32	5	5	1	1	1	2
33	4	4	1	1	1	4
34	3	4	4	1	4	2
35	4	4	1	1	1	3
36	3	4	1	1	1	4
37	4	4	4	1	4	2
38	4	4	1	1	1	3
39	4	4	1	1	1	4
40	4	4	1	1	4	2
41	4	4	1	1	1	4
42	4	4	1	1	1	2
43	4	4	1	1	1	3
44	4	4	1	1	2	4
45	5	4	1	1	1	2
46	4	4	1	1	2	3
47	3	4	1	1	1	4
48	4	4	1	1	1	2
49	5	4	1	1	2	3
50	4	4	1	1	1	4
51	4	4	1	1	1	2
52	4	4	1	1	2	3
53	4	4	1	1	1	4
54	3	4	1	1	2	2
55	4	4	1	1	1	4
56	3	4	1	1	2	2
57	4	4	1	1	1	2
58	5	4	1	1	1	2
59	4	4	1	1	2	2

60	3	4	1	1	1	2
61	4	4	1	1	1	2
62	4	4	1	1	2	2
63	4	4	1	1	1	2
64	4	4	1	1	1	2
65	4	4	1	1	2	2
66	4	4	1	1	1	2
67	4	4	1	1	1	2
68	4	4	1	1	2	2
69	3	4	1	1	1	2
70	3	4	1	1	1	2
71	5	5	4	1	4	4
72	5	5	4	1	4	4
73	5	5	4	1	4	4

Anexo 3. Balance General Anual e Indicadores de liquidez

DISTRIBUIDORA COMERCIAL M&M

BALANCE GENERAL ANUALES

EN MILES DE DÓLARES

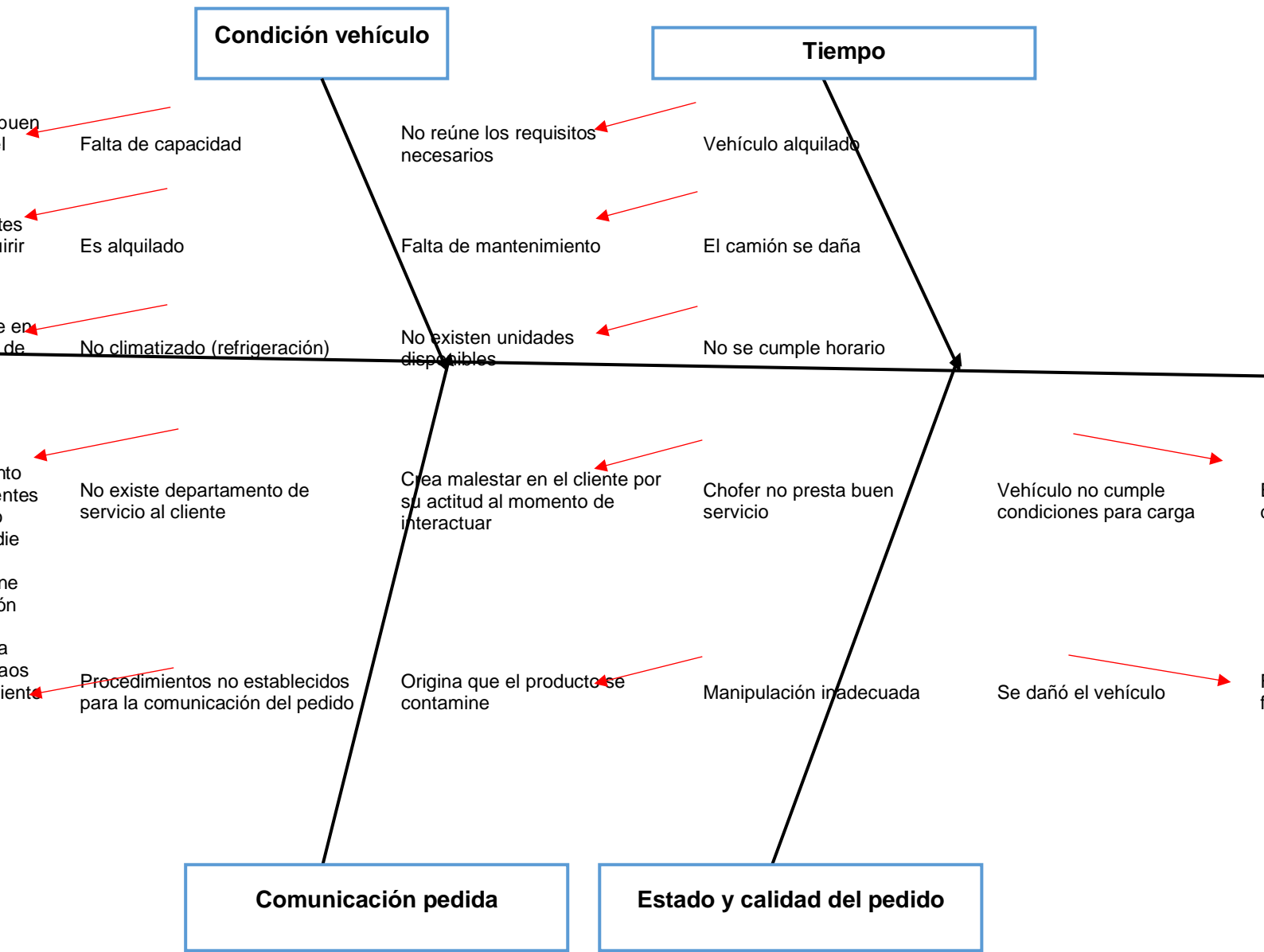
AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017

ACTIVOS	2017	2016
ACTIVOS CIRCULANTE		
EFFECTIVO	\$ 280,00	\$ 288,00
CUENTAS POR COBRAR	\$ 365,00	\$ 400,00
INVENTARIOS	\$ 289,00	\$ 300,00
TOTAL ACTIVOS CIRCULANTES	\$ 934,00	\$ 988,00
ACTIVOS FIJOS		
TERRENOS Y EDIFICIOS	\$ 2.072,00	\$ 1.903,00
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 1.866,00	\$ 1.693,00
MOBILIARIO E INSTALACIONES FIJAS	\$ 358,00	\$ 316,00
EQUIPOS DE TRANSPORTE	\$ 275,00	\$ 314,00
OTROS ATIVOS FJOS	\$ 98,00	\$ 96,00
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ (2.295,00)	\$ (2.056,00)
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 2.374,00	\$ 2.266,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 3.308,00	\$ 3.254,00
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE		
PASIVOS CIRCULANTE		
CUENTAS POR PAGAR	\$ 382,00	\$ 270,00
DOCUMENTOS POR PAGAR	\$ 79,00	\$ 99,00
CARGOS POR PAGAR	\$ 159,00	\$ 114,00
TOTAL, PASIVO CIRCULANTE	\$ 620,00	\$ 483,00
DEUDAS A LARGO PLAZO	\$ 1.023,00	\$ 967,00
TOTAL, DE PASIVOS	\$ 1.643,00	\$ 1.450,00
CAPITAL CONTABLE		
ACCIONES PREFERENTES	\$ 200,00	\$ 200,00
ACCIONES COMUNES	\$ 191,00	\$ 190,00
CAPITAL PAGADO	\$ 428,00	\$ 418,00
UTILIDADES RETENIDAS	\$ 846,00	\$ 996,00
TOTAL CAPITAL	\$ 1.665,00	\$ 1.804,00
TOTAL PASIVO MAS CAPITAL	\$ 3.308,00	\$ 3.254,00

RAZONES FINANCIERAS

INDICADORES DE LIQUIDEZ					
2017			2016		
Razón Corriente	Razón Prueba ácida	Capital de trabajo	Razón Corriente	Razón Prueba ácida	Capital de trabajo
1,51	1,04	314,00	2,05	1,42	505,00

Anexo 4. Diagrama de Ishikawa





CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

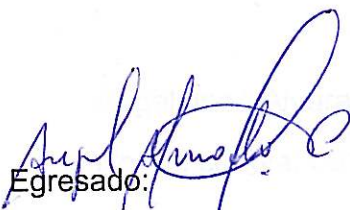
En mi calidad de Tutor (a) del Proyecto de Investigación, nombrado por la Comisión de Culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Mejora en el proceso de recepción y despacho de los productos e insumos de la distribuidora comercial M&M”** y problema de investigación: **¿Cómo incide el proceso de recepción y despacho de los productos e insumos de la distribuidora comercial M&M en la satisfacción del cliente?**, presentado por Ángel José Alvarado Cedeño como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El mismo cumple con los requisitos establecidos, en el orden metodológico científico-académico, además de constituir un importante tema de investigación.

Egresado: 

Ángel José Alvarado Cedeño

Tutora: 

Msc. Noemí Delgado Álvarez

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Ángel José Alvarado Cedeño en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **"MEJORA EN EL PROCESO DE RECEPCIÓN Y DESPACHO DE LOS PRODUCTOS E INSUMOS DE LA DISTRIBUIDORA COMERCIAL M&M"**, de la modalidad de Semipresencial 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 Empresas, 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/autorizamos 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*.

Ángel José Alvarado Cedeño
No. de cédula: 0919239293


Firma





Factura: 003-002-000059383

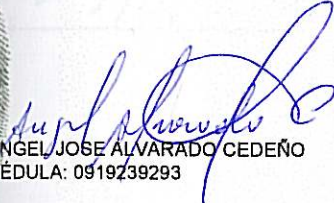


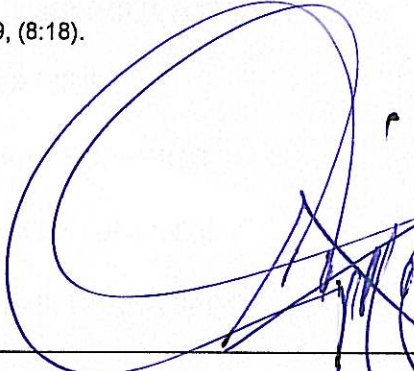
20190901056D00677

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901056D00677

Ante mí, NOTARIO(A) RODRIGO GASTON MORAN NUQUES de la NOTARÍA QUINCUAGESIMA SEXTA , comparece(n) ANGEL JOSE ALVARADO CEDEÑO portador(a) de CÉDULA 0919239293 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil DIVORCIADO(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 , 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. GUAYAQUIL, a 22 DE FEBRERO DEL 2019, (8:18).




ANGEL JOSE ALVARADO CEDEÑO
CÉDULA: 0919239293



NOTARIO(A) RODRIGO GASTON MORAN NUQUES
NOTARÍA QUINCUAGESIMA SEXTA DEL CANTÓN GUAYAQUIL





CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0919239293

Nombres del ciudadano: ALVARADO CEDEÑO ANGEL JOSE

Condición del cedulado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/BOLIVAR
(SAGRARIO)

Fecha de nacimiento: 9 DE FEBRERO DE 1983

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: HOMBRE

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: DIVORCIADO

Cónyuge: No Registra

Nombres del padre: ALVARADO SANTANA JOSE RAUL

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: CEDEÑO MORAN GEOMAR EPIFANI

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 16 DE JULIO DE 2018

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 22 DE FEBRERO DE 2019

Emisor: PABLO DANIEL MURGA ASTUDILLO - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 66 - GUAYAS - GUAYAQUIL



N° de certificado: 199-200-69800



199-200-69800

Lcdo. Vicente Taiano G.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente



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 Roldán  *Luis Alberto Roldán*

Nombre y Apellidos del Colaborador CEGESCIT Firma

CEGESCYT