



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN
DE EMPRESAS**

TEMA:

**PROPUESTA DE UN PLAN DE MEJORAS AL
PROCESO DE DISTRIBUCIÓN EN LA EMPRESA
COMANDATO S.A**

Autora:

Delgado Muentes Marilyn Auxiliadora

Tutor:

MSc. Ismelis Castellanos López

Guayaquil, Ecuador

2019



DEDICATORIA

Dedico esta tesis primeramente a Dios por a verme dado las fuerzas, voluntad y la oportunidad de estudiar. A mi esposo Juan Cepeda con todo mi amor, aprecio y cariño por su apoyo incondicional, por creer en mis habilidades y capacidades para así brindarles un futuro a nuestros hijos. A mis hijos Juan Jesús y Estrellita por ser mi fuente de inspiración y motivación. A mi amada madre y hermanos quienes con sus palabras de aliento no me dejaron decaer, para así poder concluir mis metas. A mi padre aunque no esté físicamente con nosotros pero sé que desde el cielo siempre me cuida y me guía para que todo salga bien.

Marilin Auxiliadora Delgado Muentes



AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por guiarme en mi camino y por permitirme concluir con mi objetivo. A mis docentes, autoridades y tutor del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, gracias por la paciencia, orientación y guiarme en el desarrollo de esta investigación. A toda mi familia, porque han fomentado en mí el deseo de superación y triunfo en la vida.

Gracias.

Marilin Auxiliadora Delgado Muentes



**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 un plan de mejoras al proceso de distribución en la empresa Comandato S.A.”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo mejorar el proceso de distribución de electrodomésticos para reducir la insatisfacción de los clientes de la empresa Comandato S.A., sucursal Alborada, ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, durante el periodo 2019?** El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Egresada:

Delgado Muentes Marilyn Auxiliadora

Tutor:

MSc. Ismelis Castellanos López



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Delgado Muentes Marilin Auxiliadora**, en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación “**Propuesta de un plan de mejoras al proceso de distribución en la empresa Comandato S.A.**”, en la ciudad de Guayaquil, de la modalidad 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 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*.

Marilin Auxiliadora Delgado Muentes

Nombre y Apellidos del Autor

Firma

No. de cédula: **091942313-7**

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



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Tema

“Propuesta de un plan de mejoras al proceso de distribución de la empresa Comandato S.A.”

Autora: Marilin Auxiliadora Delgado Muentes

Tutora: MSc. Ismelis Castellanos López

RESUMEN

El presente proyecto titula Propuesta de un plan de mejoras al proceso de distribución en la empresa Comandato S.A, cuyo objetivo general es desarrollar un plan de mejoras al proceso de distribución para mejorar la satisfacción del cliente, el mismo que para lograrse, se tuvo que cumplir los siguientes pasos: Investigar los fundamentos teóricos de la incidencia en el proceso de distribución y la satisfacción del cliente; realizar un estudio de la satisfacción del servicio al cliente por medio de encuestas a usuarios y entrevista al administrador de la sucursal; elaborar un plan de mejoras en el proceso de distribución de electrodomésticos para la empresa Comandato S.A. Sea analizaron los Estados de resultados de la empresa de los años 2015, 2016 y 2017, además del flujo de efectivo de los años 2016 y 2017. Los tipos de investigación utilizados fueron: explorativo, explicativo, descriptiva y correlacional. Las técnicas de investigación que se usaron fueron: observación, cuestionario, entrevista y encuestas, a una muestra de clientes, la misma que se halló mediante el muestreo aleatorio simple, las mismas que se tabuló y se realizaron gráficos pastel, con sus respectivo análisis estadístico. Se muestra un plan de mejoras con cinco puntos fundamentales que son: Contratación de dos nuevos trabajadores para el área de bodega y entrega de mercadería, cursos de capacitación a los empleados, Adquirir un montacargas, compra de una camioneta y la realización de la cadena de funciones, se finaliza con las conclusiones y recomendaciones del presente proyecto, además de las referencias bibliográficas y de internet que se han utilizado en el presente y los respectivos anexos.

Distribución

Logística

Plan de mejoras

Cliente



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

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

Tema

“Propuesta de un plan de mejoras al proceso de distribución de la empresa Comandato S.A. ”

Autora: Marilin Auxiliadora Delgado Muentes

Tutora: MSc. Ismelis Castellanos López

ABSTRACT

This project is entitled Proposal for an improvement plan for the distribution process at Comandato SA, whose general objective is to develop an improvement plan for the distribution process to improve customer satisfaction, the same as to be achieved, it had to be fulfilled The following steps: Investigate the theoretical foundations of the impact on the distribution process and customer satisfaction; conduct a study of customer service satisfaction through user surveys and interview the branch manager; Prepare an improvement plan for the distribution of appliances for Comandato S.A. If the company income statements for the years 2015, 2016 and 2017 were analyzed, in addition to the cash flow for the years 2016 and 2017. The types of research used were: exploratory, explanatory, descriptive and correlational. The research techniques that were used were: observation, questionnaire, interview and surveys, to a sample of clients, the same that was found through simple random sampling, the same ones that were tabulated and pastel graphics were made, with their respective statistical analysis. An improvement plan is shown with five fundamental points that are: Hiring of two new workers for the area of warehouse and delivery of merchandise, training courses for employees, Acquire a forklift, purchase of a van and the realization of the chain of functions, it concludes with the conclusions and recommendations of this project, in addition to the bibliographic and internet references that have been used in the present and the respective annexes.

Distribution	Logistic	Imporvement plan	Client
--------------	----------	------------------	--------

Índice

Carátula	1
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	vi
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT.....	vii
RESUMEN	viii
ABSTRACT.....	ix
Índice de Tablas.....	xiii
Índice de Gráficos	xiv
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA.....	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
1.1. Ubicación del problema en un contexto	1
1.1.1. Situación Conflicto	5
1.1.2. Formulación del Problema	7
1.1.3. Delimitación del Problema	7
1.4. Variables de la Investigación	7
1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
1.6. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	10
CAPÍTULO II.....	12
MARCO TEÓRICO	12
2.1. Fundamentación Teórica.....	12
Antecedentes Históricos.....	12

2.2. Fundamentación Legal.....	19
2.3. Variables de investigación. Conceptualización.....	21
2.4. Definición Conceptual.....	30
CAPÍTULO III.....	31
MARCO METODOLÓGICO.....	31
3.1. Presentación de la empresa.....	31
3.2. Diseño de la Investigación.....	38
3.2. Tipos de Investigación	38
3.3. Población y Muestra	39
3.4. Procedimiento o pasos a seguir en la investigación.....	42
3.4.1. Técnicas e Instrumentos de la Investigación	42
CAPÍTULO IV	45
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO	45
4.1. Aplicación a las técnicas de instrumentos.....	45
4.2. PLAN DE MEJORAS.....	62
4.3. Conclusiones y Recomendaciones	65
Conclusiones.....	65
Recomendaciones.....	66
Bibliografía	67
Anexos	75
Anexo 1.....	76
Carta de aceptación de la Empresa	76
Anexo 2.....	77
Ventas realizadas por Comandato S.A., Sucursal La Alborada	77
Anexo 3.....	78

Logotipo	78
Anexo 4.....	79
Misión y Visión	79
Anexo 5.....	80
Fotos	80
Anexo 6.....	82
Entrevista dirigida a trabajadores de Comandato S.A.....	82
Anexo 7.....	83
Entrevista dirigida a Administrador de Comandato S.A.....	83
Anexo 8.....	85
Encuesta dirigida a clientes de Comandato S.A.....	85

Índice de Tablas

Tabla 1: Plantilla de los trabajadores	33
Tabla 2: Estado de Resultados	36
Tabla 3: Estado de Resultados	37
Tabla 4 Modelos de Información.....	38
Tabla 5 Vendedores.....	39
Tabla 6 Población	39
Tabla 7 Prototipos.....	40
Tabla 8: Muestra	41
Tabla 9 Procedimientos	42
Tabla 10 Compra de electrodomésticos en una casa comercial.....	45
Tabla 11. Satisfacción con las compras realizadas en Comandato S.A. .	46
Tabla 12. Atención de Comandato S.A. cubre las expectativas	47
Tabla 13. Organización de Comandato S.A.....	48
Tabla 14. Competitividad de los precios de Comandato S.A.	49
Tabla 15. Garantía de Comandato S.A.....	50
Tabla 16. Atención a la calidad de servicios	51
Tabla 17. Satisfacción en la adquisición de artículos.....	52
Tabla 18. Atención en la distribución de electrodomésticos	53
Tabla 19. Agilización de la entrega de electrodomésticos	54
Tabla 20. Resultados de las entrevistas dirigidas a trabajadores de Comandato S.A.....	57
Tabla 21. Resultados de la entrevista dirigida a Administrador de Comandato S.A.....	59
Tabla 22. Tabla 5W2H.....	64

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Organigrama	32
Gráfico 2: Organigrama por categoría ocupacional	34
Gráfico 3. Compra de electrodomésticos en una casa comercial	45
Gráfico 4. Satisfacción con las compras realizadas en Comandato S.A..	46
Gráfico 5. Atención de Comandato S.A. cubre las expectativas.....	47
Gráfico 6. Organización de Comandato S.A.	48
Gráfico 7. Competitividad de los precios de Comandato S.A.	49
Gráfico 7. Garantía de Comandato S.A.	50
Gráfico 9. Atención a la calidad de servicios	51
Gráfico 10. Satisfacción en la adquisición de artículos.....	52
Gráfico 11. Atención en la distribución de electrodomésticos.....	53
Gráfico 12. Agilización de la entrega de electrodomésticos.....	54
Gráfico 13: Diagrama Causa – Efecto	60

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Ubicación del problema en un contexto

La globalización es la tendencia económica que comenzó a finales del siglo XX. Las barreras comerciales se desmantelaron y el libre comercio permite que la competencia se extendiera por todo el mundo. Los beneficios de la globalización han sido un aumento en la variedad de productos para los consumidores, precios más bajos y mejor calidad de los productos, aunque algunos podrían debatir el último beneficio. Los inconvenientes han sido la pérdida de empleos en las industrias manufactureras. Sigue habiendo preocupaciones sobre la seguridad de los trabajadores del Tercer Mundo y las condiciones ambientales. Núñez (2015) menciona acerca de la globalización “Se hace presente como un proceso inexorable, resultante de la propia dinámica evolutiva de la sociedad humana. En otro sentido se denuncia como un fenómeno concebido e implementado de manera estratégica”. (p. 5)

Uno de los comentarios más escuchados sobre los efectos de la globalización en la distribución interna del ingreso en el Ecuador. La entrada en el escenario mundial de los países menos desarrollados, como China y otros países de Asia, ha tendido a bajar los precios mundiales de algunos de los productos importados.

Sánchez (2017) cita al FMI (2000) acerca de la globalización

Gracias a la globalización es posible beneficiarse de mercados cada vez más vastos en todo el mundo y tener mayor acceso a los flujos de capital y a la tecnología, y beneficiarse de importaciones

más baratas y mercados de exportación más amplios. Pero los mercados no garantizan necesariamente que la mayor eficiencia beneficiará a todos. (p. 21)

El éxito o fracaso de las empresas dependen en un porcentaje elevado de la complacencia total de sus clientes. En Estados Unidos el grado de satisfacción de los clientes en los años 2016 y 2017 según el Índice de Satisfacción Anual del Cliente, es de 87% con respecto a telefonía celular, específicamente. Lo que se denota que cuando se adquiere un producto de alta calidad, la satisfacción tiende a ser elevada. (Matus, 2017).

Se aprecia que en Latinoamérica no es prioridad dar un buen servicio al cliente ni la satisfacción del mismo, a diferencia de Estados Unidos o Europa. En Colombia, el 54% de los consumidores califican a las empresas con un nivel bajo de servicio al cliente. (Bernal, 2018).

Según expertos en Ecuador el servicio al cliente de las instituciones deja mucho que desear, Diario el Universo cita al estudio realizado por el INEC en el año 2008, donde existen reclamos por insuficiencia de información, falta de profesionalismo de funcionarios, y poca comprensión de los problemas. (Zapata Mora, 2018).

Tener un buen modelo de distribución del producto final es esencial para las empresas para que los bienes adquiridos lleguen al destinatario sin inconvenientes (Anaya Tajero, 2015). Con un sistema de distribución adecuado, la empresa comercial Comandato S.A, puede garantizar una estabilidad en el mercado ya que los clientes recibirán un servicio de calidad, el mismo que no afectará el bien recibido.

Maldonado (2015) respecto a la influencia de la globalización en la atención al cliente y en la satisfacción de éste último manifiesta; “revisten gran importancia, fundamentalmente en un mundo de competencia

globalizada, donde la ventaja competitiva entre una organización y otra la define en buena medida, el buen servicio al cliente externo mediante relaciones interpersonales agradables y sistemáticas, entregas rápidas y oportunas” por lo que se entiende que el cliente debe sentirse apreciado como comprador y como persona

En un mundo globalizado que obliga a las empresas y asociaciones a ofrecer un producto de alta competencia, el factor que puede nivelar la balanza a favor de las empresas con semejantes propuestas es la atención al cliente, donde la velocidad de respuesta, conjugado con la cordialidad y eficacia, con un margen de error reducido a su mínima expresión, son esenciales para mantenerse en competencia.

Los procesos logísticos se han modificado gradualmente según avanza la tecnología con los años, los mismos que van en aumento con la globalización que permite conocer métodos y técnicas funcionales utilizados en otros lugares del mundo. Sin embargo, los sistemas de transporte son la etapa de mayor influencia en el desempeño del sistema logístico como tal.

Rohbeck (2018), menciona acerca de los cambios que ha producido la globalización:

La percepción del espacio ha cambiado como consecuencia de la globalización. Todo el globo se ha transformado en un espacio de experiencia comprensivo. Y, dado que el espacio global ha surgido de la historia, se puede hablar también de un espacio histórico novedoso o de una especialización de la historia (p. 130)

Frente a esto, diversas áreas de la gestión logística han ido creciendo, donde principalmente las empresas del rubro ven el factor diferenciador de cómo los procesos ayudan a optimizar los sistemas de producción y distribución de las mercancías.

Los gerentes suelen tener problemas en lo que a distribución física de artículos se refiere, donde tratan de que el comprador se mantenga fiel a la marca en un mundo competitivo a más no poder, al punto de que la satisfacción del producto adquirido en el horario correcto puede hacer la diferencia para mantener un cliente.

Según Business School (2016) acerca de las consecuencias de la globalización “es el aumento de almacenes. Cada vez se emplean más productos y materias primas de países lejanos, bien debido a su bajo coste o bien por su exclusividad de producción. Esto hace que sea imprescindible disponer de bodegas donde guardar todos esos productos y materias primas”. Se puede apreciar que por abaratarse el costo de materias primas se requiere espacio para su almacenamiento.

La globalización ha conllevado a cambios en el precio relativo de las importaciones, en su caso iniciado por un arancel, podría tener un efecto tan profundo en la distribución interna del ingreso que el ingreso real de un factor productivo de amplia base, como el trabajo se mejoraría (o empeoraría) sin ambigüedades.

Existen muchos problemas que se pueden dar en el proceso de distribución, los cuales puede afectar la llegada del bien en perfectas condiciones a su destinatario y la satisfacción del cliente final, entre los cuales destacan los siguientes:

- **Estimación de la demanda.** Debe existir un número de productos disponibles que abastezca la demanda de la clientela, el stock es parte fundamental en este proceso debido a que si las empresas generan una correcta gestión de inventarios, le permite enfrentar variaciones en las demandas que suelen suceder debido a diferentes factores como son el mercado de estos productos de Comandato S.A que puede ser bien variante.

- **Procesamiento de pedidos.** Es el tratamiento de las órdenes de compra, desde el departamento de ventas hasta los jefes de bodega y despacho, quienes deben aprobar la salida de la mercadería.
- **Gestión de almacén.** Es el control de existencia que debe ser impecable para que no haya error de ingresos y salidas de mercadería.
- **Embalaje.** Importante que el bien a entregar sea embalado de manera correcta que garantice su conservación y protección para que llegue en perfecto estado al usuario final y cumpla con las normas de calidad establecidas.
- **Transporte de producto.** Incluye entre sus funciones la carga y descarga de los bienes a entregar, de igual manera los pasos a seguir para el traslado y llegada al destinatario. (Barragán, 2014)

La mayoría de estos problemas descritos anteriormente los encontramos en las empresas del Ecuador, empresas que se dedican a la comercialización y distribución de productos. En la actualidad la satisfacción de los clientes es uno de los procesos fundamentales en las empresas y es una de las brechas que podemos detectar en empresas radicadas en el país, que no cuentan con correctos procesos de distribución.

Una persona satisfecha compartirá su satisfacción con más personas, familiares o conocidos, también llamada publicidad de boca en boca; evidenciando así la importancia de la calidad en el servicio brindado y confirmando que la relación empleado-cliente, es la única que puede compensar una posible falla del producto e inclusive de la compañía.

1.1.1. Situación Conflicto

Es muy frecuente encontrar pequeñas, medianas y grandes empresas que enfrentan hábitos tradicionales, que no les permiten avanzar y

posicionarse en el mercado, por la carencia de una visión global, especialmente en los procesos logísticos, debido a la desinformación, abastecimiento inadecuado de productos, devoluciones, expiración de productos, entre otros aspectos que generan inexactitudes y costos en todo el proceso y por consiguiente la presencia de un alto porcentaje de clientes insatisfechos.

Es notorio la informalidad con la que se manejan determinadas empresas, lo que da lugar a la presencia de dificultades en el proceso de distribución y entrega de mercaderías, tales como: la distribución incorrecta de productos o servicios, esto se presenta por inconvenientes en el transporte, una de las causas puede ser la falta de señalización de rutas; así como también errores en el procesamiento de pedidos, en la planificación de adquisiciones, en el embalaje de protección.

Generalmente la ubicación errónea de los productos crea inconvenientes en la gestión de inventarios, por el descuido en la selección del sitio donde se coloca la mercadería, al momento de la recepción y despacho. Otro aspecto negativo en el cumplimiento de este proceso se refiere a la cantidad insuficiente de personal en el almacén y la falta de un manual de funciones.

En el cumplimiento del proceso, la empresa puede verse afectada por conflictos de intereses, en algunos casos desde el nivel directriz hasta los empleados de menor rango, una de las causas que la origina es la falta de comunicación, que conducen a desacuerdos entre el personal y los clientes, que no solamente afecta al clima organizacional, sino al cumplimiento de objetivos, a los valores de la empresa, incluso puede conducir a la pérdida de clientes.

En la empresa Comandato S.A., se dedica a la venta de Artefactos y línea blanca al consumidor final, siendo una de las más reconocidas en todo el

país. Tiene varias sucursales en Guayaquil, siendo objeto de estudio la ubicada en la Cdla. Alborada.

A medida que han transcurrido los años, la empresa ha ido incrementando su cartera de clientes, siendo un gran atractivo para los mismos el servicio de entrega a domicilio de los artefactos y línea blanca. Actualmente la compañía tiene la necesidad de mejorar la logística por las continuas quejas de clientes que no quedan satisfechos con este servicio, lo que le puede hacer perder terreno en comparación con sus principales competidores como Artefacta, Créditos Económicos, Almacenes Japón, Artefacta, Almacenes La Ganga, etc.

1.1.2. Formulación del Problema

¿Cómo mejorar el proceso de distribución de electrodomésticos para reducir la insatisfacción de los clientes de la empresa Comandato S.A., sucursal Alborada, ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, durante el periodo 2019?

1.1.3. Delimitación del Problema

Campo : Administración de Empresas.

Área : Cliente.

Aspectos : Proceso de distribución, insatisfacción de los clientes.

Tema : Propuesta de un plan de mejoras al proceso de distribución de la empresa Comandato S.A.

1.4. Variables de la Investigación

Variable Independiente: Proceso de distribución

Variable Dependiente : Insatisfacción de los clientes

Evaluación del problema

En este apartado se evalúa los aspectos que debe cumplir la tesis para dar solución al problema que se plantea, de tal manera que se cumpla

con los requisitos establecidos para verificar si el problema de estudio se encuentra planeado de forma correcta y de igual manera la solución propuesta pueda establecerse sin mayores anomalías.

Importancia.- la importancia de este proyecto radica en realizar un plan de mejoras al servicio de entrega de mercadería que realiza la empresa Comandato S.A, sucursal La Alborada, para garantizar la correcta entrega de productos al consumidor final. Este plan detallara el proceso de logística que debe realizar la empresa haciendo mejoras importantes al procedimiento que realizan en la actualidad. Según Álvarez (2014) la importancia de un correcto servicio de entrega, radica en que “permite al negocio aumentar la satisfacción del cliente y por consiguiente se generará un aumento en la adquisición de servicios o productos”.

Relevancia.- La solución de este problema permitirá un mejor servicio brindado por la empresa, lo que repercutirá en mejorar su reputación y por ende por medio de la publicidad de boca a boca, atraerá mayor número de clientes, pues se ha estudiado que es un problema recurrente en la gran mayoría de empresas que hacen entrega a domicilio, existe un alto grado de insatisfacción del consumidor. Según Patiño (2013) la relevancia del servicio de entrega está en que “los mensajeros se convierten en el principal representante de la empresa frente al cliente y la puntualidad cobra más importancia”.

Concreto.- Los términos que se emplean son cortos, claros, precisos lo que facilita la lectura y comprensión del proyecto, intenta ser los más específico posible, dando soluciones prácticas con un vocabulario simple para que propios y extraños al tema tratado puedan beneficiarse de la información que esta tesis detalla. Según Lasa-Aristu & Amo (2013) ser concreto y preciso en la argumentación es una de las reglas para poder escribir un argumento claro y entendible en un trabajo de investigación.

Claro.- Se emplean palabras sencillas que facilitan su lectura y permite al lector comprender la secuencia del proyecto, el mismo que está dividido específicamente para su mejor comprensión iniciando con dar a conocer el problema el lector, luego presentando los conceptos clave y específicos para tener en cuenta el alcance de la tesis, se presenta la metodología a usar para la recolección de la información, y se finaliza con la propuesta presentada como solucionario.

Contextualmente.- Se puede aplicar el proyecto del plan de mejoras al servicio de entrega de la empresa Comandato S.A., sucursal La Alborada, por cuanto se cuenta con la aceptación y colaboración de directivos de la compañía, quienes han dado apertura para poder conocer el servicio de logística que siguen para llevar a cabo el procedimiento tan detallado como es el de distribución y entrega de mercadería

Original: Este proyecto presenta una solución específica, que es un plan de mejoras al servicio de entrega de la empresa Comandato S.A., sucursal La Alborada, el mismo que nace en respuesta a la problemática encontrada dentro de esta sucursal, tratando de pulir y mejorar detalles que hasta la actualidad no se habían sabido cumplir a cabalidad, por tal motivo es original, al utilizar referencias de libros y artículos; citados respectivamente con las Normas APA sin perder la visión de solucionar un problema específico. Según el portal RPP Noticias (2016) “Una de las características de este tipo de estudios es la originalidad, es decir debe proponer aspectos no abordados antes por ningún otro investigador, aunque si debe nutrirse de otros aportes relacionados a su campo de estudio”, al cumplir con esta particularidad, se plasma que el presente no se encuentra plagiando contenido de otros autores y en caso de mencionar teorías ajenas se las cita.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Desarrollar un plan de mejoras al proceso de distribución para mejorar la satisfacción del cliente.

Objetivos Específicos

- Investigar los fundamentos teóricos de la incidencia en el proceso de distribución y la satisfacción del cliente.
- Realizar un estudio de la satisfacción del servicio al cliente por medio de encuestas a usuarios y entrevista al Administrador de la sucursal.
- Elaborar un plan de mejoras que optimice el proceso de distribución de electrodomésticos para la empresa Comandato S.A.

1.6. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Se eligió desarrollar un Plan de Mejoras al servicio de entrega de la Empresa Comandato S.A., sucursal La Alborada, por ser uno de los locales emblemáticos de la ciudad, y demostrar la capacidad que posee la autora en solucionar problemas relacionados con la administración de empresas, y qué mejor en un local de tanta importancia en todo el Ecuador.

Conveniencia

Es importante manejar un servicio de entrega eficiente para la Empresa Comandato S.A., corrigiendo el actual sistema que provoca varios errores que se transmite por medio de quejas por parte de los clientes que mencionan no haber recibido su producto la fecha y hora señalada, la entrega en mal estado del bien, equivocación en el artículo que les llegó, etc.

Relevancia Social

Al realizar este proyecto la principal beneficiada será la empresa y los empleados encargados de la entrega de productos que se verán capacitados para optimizar su trabajo, quedando en alto el nivel de competitividad de Comandato S.A. al recibir el cliente su aparato en perfecto estado el día y la hora señalada.

Indicaciones Prácticas

En el presente trabajo se proponen lineamientos para el manejo correcto de la logística en la empresa, que con seguridad será de gran ayuda y permitirá ser más competitivos, eficientes y productivos. La perspectiva del plan de mejora está dirigida a corregir las dificultades de la Gestión Administrativa y Logística, optimizando los procesos y los recursos encaminados a lograr un eficiente desempeño comercial.

Valor teórico

La propuesta está enfocada en la elaboración de un manual de procesos logísticos en el cual se establecerán normas, áreas de responsabilidad y parámetros de capacitación, dicho manual será estructurado, con el fin de mejorar la satisfacción de los usuarios, eficacia en las actividades de entrega, optimización de costos y planificar estratégicamente cada una de las actividades de la empresa, por ende, esta acción facilita el manejo de la carga generando un margen de seguridad para la empresa y para el cliente.

Utilidad metodológica

Se utilizó la el método de observación para analizar el proceso de distribución y entrega de la empresa Comandato S.A, además de encuestas y entrevistas a personas que han recibido el servicio y lideran el proceso respectivamente, estas técnicas arrojaron resultados que son analizados para plantear la propuesta, los mismos datos quedan almacenados y respaldados para poder ser utilizados en otras investigaciones a problemas semejantes.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

Antecedentes Históricos

Desde el inicio de los tiempos la Logística tenía un papel importante en el desarrollo de la humanidad; sin embargo, podría considerarse su ascenso durante la primera y segunda guerra mundial jugando un papel muy importante. El hombre se ha tenido que ingeniar como llevar sus mercancías desde el principio de los tiempos.

El origen del comercio data desde los tiempos culminantes de la era nerítica que marca el inicio de la actividad agricultora del hombre, donde surge como medio de subsistencia económica, al punto que se desarrollaron técnicas para exceder la producción de cultivos, los mismos que eran llevados a ser intercambiados por medio de trueque por otros bienes, desarrollando nuevas plazas de empleo en ese entonces.

El tiempo siguió avanzando y es así que en la denominada “Edad media” se viene una etapa majestuosa para el comercio internacional, al nacer lo que se conoce como “rutas comerciales” entre los continentes, teniendo como principales compradores a los países del viejo continente.

Según Comunicación Moldtrans (2015) “Un buen ejemplo de esto es la famosa Ruta de la Seda. De todos modos, el intercambio de mercancías entre sociedades distintas se ha analizado desde sus inicios, e incluso filósofos clásicos aportaron en su momento su particular visión de lo que significaba para el desarrollo del mundo”. Junto con la Revolución Industrial empiezan los avances en transporte tanto internacional como nacional, gracias a la creación de vías seguras y al nacimiento del

ferrocarril, el medio por excelencia que sería utilizada para transportar mercancías y personas de forma rápida, segura y regular. Además, se mejoró el transporte marítimo, al mejorar la tecnología de los barcos.

En el siglo pasado, el petróleo fue el producto de mayor explotación debido al asfaltado de las carreteras, además de ser usado como combustible en los motores de los vehículos, el mismo que evoluciona para distintos usos hasta llegar al camión de carga y también ferrocarril de traslado de mercadería que ocasiona abaratamiento de costos al usarse como medio de transporte de estación a estación. (Comunicación Moldtrans, 2015)

Ésta se desarrolló en el área militar permitiendo atender necesidades de las fuerzas militares con el fin de cumplir con los objetivos de las misiones encomendadas pero su desarrollo se vio mermado por la falta de infraestructura básica de transporte y comunicaciones, alrededor de los años 70's cuando éstos se desarrollaron los procesos logísticos tenían más alcance en todos los países reduciendo costos y permitiendo que los productos se ubicaran en el lugar de consumo.

Las tendencias y la tecnología han llevado a que surja el servicio de entrega a domicilio, para lo cual existe dentro de los almacenes el respectivo proceso de distribución y logística. Respecto al proceso de distribución González, P. (2017) manifiesta “La distribución es la suma de los canales directos e indirectos que unen a la oferta y la demanda” (p. 104). Se puede apreciar que es labor de la logística de la empresa hacer que la mercadería salga de la empresa y llegue a su lugar de destino de manera impecable.

En la actualidad la atención de las empresas se centra en la satisfacción de sus clientes. Rubio, G. (2014) dice que el vendedor debe hacer énfasis en “el profesionalismo en la atención, interés en la situación de los

clientes, claridad en la información de la oficina de servicio al cliente” (p. 59). Se debe prestar atención a los compradores, con un diálogo entre el vendedor y el consumidor, para que se sienta escuchado.

Un consumidor satisfecho, es un potencial cliente a comprometerse con una marca, sea ésta la de un producto o la de la institución de la cual ha adquirido el bien o servicio. La preocupación de mercado que existía hasta gran parte del siglo XX en las empresas, se centraba en la capacidad para realizar sus productos con la máxima calidad posible, así como poder producir el mayor volumen de un bien destinado a la venta. El servicio de entrega ha existido desde la primera mitad del siglo XX, donde varias empresas decidieron añadir este servicio a los que otorgue, para dar mayor facilidad a los compradores de que la mercadería llegue a sus hogares.

Estos antecedentes llevaron a que varios supermercados creen una nueva dinámica en la atención a sus clientes, la que se componía en la atención a los compradores, un diálogo entre el vendedor y el consumidor, el cierre del trato para finalizar con la entrega a domicilio del producto o servicio adquirido (Rubio Guerrero, 2014).

A través del tiempo el sector empresarial se ha enfocado en comercializar bienes y servicios de forma óptima, cuya medición pasaría a ser la satisfacción del cliente, es importante señalar, que en muchas ocasiones se crean promociones, descuentos y un sinnúmero de estrategias para lograr complacer a los consumidores cada vez más estrictos.

“Hoy existen los macro o grandes empresarios, que se dedican a actividades cada vez más diversificadas en la medida en la que la necesidad, la ciencia, las tendencias, la tecnología y la propia sociedad, todo con el afán de crear fidelidad por medio de la satisfacción del cliente

a los productos y servicios adquiridos” (Kauffman González, 2013, pág. 40)

Las empresas de venta de artefactos y línea blanca, deben mantener clara la idea de la correcta distribución y entrega de mercadería, así como el respectivo proceso de logística para que el artículo salga de la bodega y llegue a las manos del consumidor, por lo que la transportación es fundamental para lograr un correcto traspaso de mercadería. La incrementación de nuevas empresas de distribución está evolucionando cada vez más en el mercado ecuatoriano, por lo que es importante realizar innovaciones dentro de las compañías.

Antecedentes Referenciales

Los autores Molina & Becerra (2015) de la Universidad ICESI, de la ciudad de Cali, presenta el proyecto “Propuesta de mejora para el proceso de distribución de la empresa XYZ”. En esta tesis coincide en el plan de mejoras para optimizar la distribución de la mercadería, diferenciándose que la logística de entrega de artículos es la principal función de la empresa.

Molina Londoño & Becerra Duque (2015). muestran la siguiente propuesta:

Se presenta una estructura alterna que permita agilizar el proceso: la actividad del coordinador de despachos no debería esperar tanto para realizar la actividad de recoger facturas y de acuerdo a ellas, se debe calcular el peso y enrutar. Por tanto, se recomienda que no espere hasta que las facturas estén impresas para empezar a pesar y enrutar, puesto que todos los pedidos ya se encuentran montados en el sistema y se los puede descargar y calcular en Excel los pesos de cada cliente, evitando que se haga mentalmente como normalmente se hacía, con base a esta información se puede determinar la ruta. A partir de este proceso

se puede generar las listas de picking consolidadas por producto y no como actualmente se hace, mediante la factura de cada cliente, esto evitará reducir los tiempos de picking, debido a que solo tendrá la necesidad de ir una vez a cada posición (p.55)

Las autoras Quintero & Sotomayor (2018) de la Universidad de Guayaquil, presenta el proyecto "Propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa Tramaco Express Cía. Ltda., del cantón Durán". En esta tesis coincide en que se espera mejorar el operador logístico de entrega, diferenciándose que se realiza en una empresa que se dedica al servicio de Courier y correspondencia.

Quintero & Sotomayor (2018) detalla el proceso logístico de este proyecto de la siguiente manera:

Inicia desde que el cliente entrega su encomienda en las oficinas principales de servicio al cliente de la empresa, luego de la recepción del mismo y de la emisión de la respectiva guía, los paquetes son trasladados hasta las bodegas ubicadas en el cantón Durán donde queda el departamento logístico de la empresa en la ciudad de Guayaquil. Una vez recibidos las encomiendas con sus respectivas guías, se procede a la zonificación de los mismos ubicándolos en el sitio adecuado según el destino donde serán transportados. (p. 38)

La autora Bedor Diana (2016) de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, presenta el proyecto "Modelo de gestión logística para la optimización del proceso de bodega de producto terminado en la empresa industria ecuatoriana de cables Incable S.A. de la ciudad de Guayaquil". En esta tesis coincide en que se realiza el respectivo estudio para mejorar la logística de la empresa, dando la autora pautas para optimizar el mismo, diferenciándose que se realiza en una empresa que se dedica

para el área de Bodega para una empresa dedicada a la venta e instalación de cables llamada Incable S.A.

Bedor (2016) destaca la metodología de su proyecto y lo que quiere lograr en las siguientes líneas.

En este proceso se propone la metodología de Deming más conocida como el ciclo Planificar, hacer, verificar y actuar (PHVA) se podrá contribuir en la mejora continua del proceso analizado el mismo tendrá como propósito permitirles a los funcionarios a cargo de esta área mejorar permanentemente la calidad de su servicio, una optimización de los costos reflejadas en menos devoluciones y por consiguiente una mayor rentabilidad para la empresa. (54)

Los autores Loor Escalante & Delgado Cepeda (2016) de la Universidad de Guayaquil, presentaron el proyecto "Análisis de procesos en la logística de salida (planificación y distribución del producto terminado) de la empresa CDE y el diseño de modelo logístico de gestión", para poder obtener el grado de Magíster en Administración de Empresas mención: Logística y Transporte. En esta tesis coincide en que se realiza un estudio de la planificación y pasos que da la empresa en su proceso de logística desde la salida de la bodega hasta el transporte al hogar del cliente, diferenciándose en que el presente proyecto, propone un plan de mejoras, a diferencia de la tesis nombrada que organiza la gestión de bodega hasta llegar al transporte y no al consumidor final.

Loor & Delgado (2016) hacen una explicación de su propuesta en las siguientes líneas:

Se propone una gestión eficiente y optima de las actividades relacionadas con la logística se puede conseguir a través de la creación de modelos logísticos adecuados donde se considere la orientación a los trabajadores de la empresa y a la eficiencia en sus procesos para alcanzar los objetivos y la visión a corto plazo de la

compañía. Se espera optimizar procesos y recursos que soporten a las operaciones primarias, como, por ejemplo, el almacenamiento de la materia prima, el detalle de movimientos de los mismos, desde que la misma es despachada por el proveedor hasta las plantas o bodegas y desde aquí transformada como producto final hacia al distribuidor. (p.58)

El autor Molina (2015) de la Universidad Politécnica Salesiana, sede Guayaquil, presentó el proyecto “Planificación e implementación de un modelo logístico para optimizar la distribución de productos publicitarios en la empresa Letreros S.A”. La tesis coincide en el estudio y mejora de la distribución de un producto finalizado, diferenciándose en que la empresa que menciona es de letreros y publicidad

Molina (2015) explica su propuesta y las bases de la misma a continuación:

Se propone que empresa trabaje con un modelo coordinado de abastecimiento de inventarios, donde el aviso del sistema informático acerca del límite mínimo del stock de los materiales, suministros e insumos (inventarios máximos y mínimos), da la pauta para aplicar el punto de repetido bajo la técnica del lote económico, de modo que la empresa trate de mantener el stock adecuado de materiales como la lona, acrílicos, PVC, suministros de impresión, gomas especiales y otros, algunos de los cuales se compran a importadoras que no siempre tienen este tipo de artículos en stock. (p.84)

Las autoras Guacho & Morán (2018) de la Universidad de Guayaquil, de la Carrera de Ingeniería en Comercio Exterior de Guayaquil, presentó el proyecto “Aplicación de la logística inversa en los procesos logísticos en Guayaquil de la empresa Comandato S.A”. Esta tesis particularmente coincide en varios aspectos, habla de la logística de la empresa, incluso la

compañía a la que se hace mención es la misma, diferenciándose en la sucursal, siendo el tema a desarrollar la logística inversa en los procesos analizados.

Guacho & Morán (2018) dan a conocer a continuación los puntos importantes de su propuesta:

La propuesta de este proyecto, es elaborar y desarrollar un plan estratégico a través de una charla explicativa, que les permita comprender a todos los colaboradores, que la compañía si está en condiciones de efectuar dicha adquisición, que todos los elementos que se expondrán están totalmente avalados con las opiniones y análisis ejecutados a lo largo este proyecto. (p. 49)

2.2. Fundamentación Legal

Constitución Política de la República del Ecuador

Art. 52.- Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características.

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor. (Asamblea del Ecuador, 2008)

Art. 54.- Las personas o entidades que presten servicios públicos o que produzcan o comercialicen bienes de consumo, serán responsables civil y penalmente por la deficiente prestación del servicio, por la calidad defectuosa del producto, o cuando sus condiciones no estén de acuerdo con la publicidad efectuada o con la descripción que incorpore.

Las personas serán responsables por la mala práctica en el ejercicio de su profesión, arte u oficio, en especial aquella que ponga en riesgo la integridad o la vida de las personas. (Asamblea del Ecuador, 2008)

Art. 66.- Se reconoce y garantizará a las personas:

9. Practicar la justicia y la solidaridad en el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de bienes y servicios. (Asamblea del Ecuador, 2008)

Ley de Defensa del Consumidor

Art. 4.- Derechos del Consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren presentar; (Asamblea Nacional del Ecuador, 2005)

Art. 18.- Entrega del Bien o Prestación del Servicio.- Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficientemente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor. Ninguna variación en cuanto a precio, costo de reposición u otras ajenas a lo expresamente acordado entre las partes, será motivo de diferimiento. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2005)

Art. 28.- Responsabilidad Solidaria y Derecho de Repetición.- Serán solidariamente responsables por las indemnizaciones civiles derivadas de los daños ocasionados por vicio o defecto de los bienes o servicios prestados, los productores, fabricantes, importadores, distribuidores, comerciantes, quien haya puesto su marca en la cosa o servicio y, en general, todos aquellos cuya participación haya influido en dicho daño.

La responsabilidad es solidaria, sin perjuicio de las acciones de repetición que correspondan. Tratándose de la devolución del valor pagado, la acción no podrá intentarse sino respeto del vendedor final.

El transportista solo responderá por los daños ocasionados al bien con motivo o en ocasión del servicio por él prestado. (Asamblea Nacional del Ecuador, 2005)

2.3. Variables de investigación. Conceptualización

Variable Independiente: Proceso de distribución

La administración del proceso de distribución comienza mucho antes de elegir las opciones de venta y, en la mayoría de los casos, se debe comenzar antes de que incluso se cree el producto.

Ayala (2015) menciona: “La distribución está relacionada con la entrega de los productos o los servicios a los clientes en tiempo, lugar, calidad y cantidad exigida” (p. 12). Para administrar adecuadamente su distribución, es importante saber por qué está usando esos métodos para que pueda llevar a sus socios de ventas al circuito con respecto a sus estrategias de marketing y establecer puntos de referencia para medir la efectividad de sus esfuerzos.

Investigación

El primer paso para administrar el proceso de distribución es determinar los mejores lugares y métodos para vender el producto en términos de generar ventas. Esto requiere encuestas a los clientes, revisar sus objetivos de gestión de marca y evaluar su competencia. Un método de distribución que podría generar grandes ventas, como en las grandes tiendas minoristas, podría dañar su marca si usted es un producto de alto nivel. Si sus clientes son más jóvenes, vender en línea será crítico. Los canales con bajos costos de ventas pueden producir altos márgenes de ganancia, pero bajos volúmenes y ganancias totales.

Cálculo de números

La administración del costo de ventas incluye conocer todos los gastos asociados con cada canal de distribución que utiliza. La venta en línea puede incluir un aumento de los gastos, los costos de envío de impuestos o tarifas. El uso de socios requerirá que se ofrezca comisiones y descuentos, y puede que se requiera proporcionar soporte promocional en el lugar o un paquete específico. Calcular su costo total para cada método de distribución potencial y determinar el margen de beneficio unitario para cada uno en diferentes niveles de ventas y sus beneficios brutos potenciales.

Asociaciones

A medida que se avanza en las ventas directas a los consumidores en su estrategia de distribución, se deberá administrar las relaciones con los socios. Cada una requerirá diferentes niveles de soporte y concesiones, y cada una le brindará diferentes beneficios. Discutir con el personal de almacenamiento, envío, contabilidad, ventas, servicio al cliente y marketing que necesitarán para administrar las relaciones con los socios.

Establecer puntos de referencia

Incluso la investigación más detallada solo puede proporcionar el mejor escenario para utilizar un canal de distribución. La configuración de puntos de referencia de rendimiento para cada método de distribución que utilice, ayudará a administrar el proceso para determinar si necesita realizar ajustes, concentrarse más en canales específicos o dejar de usarlos. Incluir parámetros tales como costos de envío o cumplimiento, gastos promocionales, rotación de inventario, ventas totales, ingresos, márgenes de ganancias y ganancias brutas.

Vigilancia

Una vez que haya implementado todas las actividades del canal de distribución, supervise los resultados. Revise sus puntos de referencia e

indicadores clave de rendimiento de forma semanal, mensual y trimestral, según sus volúmenes de ventas. Compartir hallazgos con el personal interno y sus socios para discutir por qué creen que sus canales se están comportando como están y tomar medidas para aprovechar las oportunidades o reducir o eliminar problemas.

Logística

La logística es el proceso de planificación y ejecución del transporte y almacenamiento eficientes de mercancías desde el punto de origen hasta el punto de consumo. El objetivo de la logística es cumplir con los requisitos del cliente de manera oportuna y rentable.

Originalmente, la logística desempeñaba el papel vital de trasladar personal militar, equipos y bienes. Si bien la logística es tan importante como siempre en el ejército, el término hoy en día se usa más comúnmente en el contexto de mover bienes comerciales dentro de la cadena de suministro.

Muchas empresas se especializan en logística y brindan el servicio a fabricantes, minoristas y otras industrias con una gran necesidad de transportar mercancías. Algunos poseen toda la gama de infraestructura, desde aviones a reacción hasta camiones, almacenes y software, mientras que otros se especializan en una o dos partes. FedEx, UPS y DHL son conocidos proveedores de logística.

Por lo general, los grandes minoristas o fabricantes poseen partes importantes de su red de logística. Sin embargo, la mayoría de las empresas externalizan la función a un proveedor de logística externo. (Escudero Serrano, 2014).

Si bien la entrega de mercadería siempre ha sido importante en toda la cadena de suministro, se ha vuelto aún más crítica en los últimos años, ya

que muchas empresas prometen entregar los productos en el mismo día en el hogar o al por menor de productos personalizados ordenados desde teléfonos inteligentes, se convierte en más común.

Los proveedores, fabricantes, distribuidores y minoristas han tenido que mejorar sus procesos logísticos para satisfacer la demanda de una entrega más rápida y conveniente de una variedad más amplia de productos. También han tenido que integrar mejor sus procesos y sistemas para mejorar la visibilidad de la cadena de suministro (Castellanos Ramírez, 2015).

Tipos de logística

La gestión logística es un componente importante de la gestión de la cadena de suministro. Si bien los términos a veces se usan indistintamente, la logística se enfoca en mover productos y materiales de la manera más eficiente posible. Por el contrario, la logística abarca una gama mucho más amplia de actividades de planificación, como la planificación y ejecución de la demanda, incluido el abastecimiento estratégico.

En ocasiones, los términos logística entrante y saliente se utilizan para denotar la logística de los productos que llegan o salen de una instalación, respectivamente. Una categoría importante es la logística inversa, los procesos logísticos necesarios para devolver un producto para su reparación, reacondicionamiento o desmantelamiento y reciclaje.

Tipos de canales de distribución

Se puede hacer una clasificación de tres canales de distribución:

- Según Morales (2018) “El primer canal incluye los cuatro: productor, mayorista, minorista y consumidor. En esta industria una bodega primero vende su producto a un mayorista que luego vende

a un minorista. El minorista luego vende el producto al consumidor final”.

- Según Morales (2018) “El segundo canal elimina al mayorista, donde el productor vende directamente a un minorista que vende el producto al consumidor final. Esto significa que el segundo canal contiene un solo intermediario”.
- Según Morales (2018) el tercer canal es “un modelo directo al consumidor donde el productor vende su producto directamente al consumidor final.

Elegir el canal de distribución correcto

No todos los canales de distribución funcionan para todos los productos, por lo que es importante que las empresas elijan el correcto. El canal debe alinearse con la misión global y la visión estratégica de la empresa, incluidos sus objetivos de ventas.

El método de distribución debe agregar valor al consumidor, por lo que surgen las siguientes preguntas; ¿Los consumidores quieren hablar con un vendedor? ¿Querrán manejar el producto antes de hacer una compra? ¿O quieren comprarlo en línea sin problemas?

En segundo lugar, la empresa debe considerar qué tan rápido quiere que sus productos lleguen al comprador. Ciertos productos son mejor servidos por un canal de distribución directa como carne o productos, mientras que otros pueden beneficiarse de un canal indirecto.

Si una empresa elige múltiples canales de distribución, como vender productos en línea y a través de un minorista, los canales no deben entrar en conflicto entre sí. Las empresas deben planear estrategias para que un canal no supere al otro.

Variable Dependiente: Insatisfacción de los clientes

La insatisfacción del cliente es un cliente que no está satisfecho con un producto o servicio. Esto se suele identificar simplemente pidiéndole a un cliente que satisfaga su satisfacción en una escala. Los siguientes son tipos comunes de insatisfacción del cliente. (Gastalver Robles, 2013)

Medición

La satisfacción del cliente generalmente se mide haciendo la pregunta "¿Cómo calificaría su satisfacción general con los (bienes / servicios) que recibió?" Y luego permitiendo que su cliente responda de manera positiva, negativa o neutral. La mayoría de las encuestas también dejarán espacio para un comentario de seguimiento. Generalmente la satisfacción o insatisfacción se expresa en un porcentaje que va desde el 100%, lo que significa una completa satisfacción del cliente, o un 0%, lo que significa una insatisfacción total. La mayoría de las empresas se esfuerzan por tener una tendencia entre el ochenta y el noventa por ciento. (Palomo Martínez, 2017)

Importancia de la satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es una de las métricas más importantes para el soporte al cliente, y debería ser importante para todos los equipos. Le muestra lo que sus clientes están pensando, sintiendo y diciendo y puede ser increíblemente valioso e importante para las ideas de soporte. De manera similar, puede ser una métrica impactante para los equipos de productos y ventas que también tienen interés en la experiencia del cliente. La medición de satisfacción del servicio al cliente es una de las maneras más rápidas en que puede detectar la insatisfacción con un cambio de producto o un error potencial: los clientes nunca perderán la oportunidad de decirle algo que ha estado haciendo mal.

Los puntajes de satisfacción del cliente también sirven como un punto de referencia útil para el establecimiento de metas y el crecimiento.

Específicamente sobre temas para los cuales lo ha evaluado como una métrica, puede ayudar a su empresa a tomar decisiones informadas mediante el uso de la voz real y la información del cliente. (Centro Europeo de Postgrado, 2018)

Propósito de las encuestas de satisfacción del cliente

Estas encuestas pueden ser increíblemente impactantes de varias maneras. El primero es que, como señalamos anteriormente, se pueden utilizar para impactar directamente y cambiar la hoja de ruta del producto. Si hay problemas significativos o de gran escala que ocurren para los clientes, es probable que aparezcan en sus encuestas de satisfacción del cliente. Con esos datos, el equipo de soporte al cliente puede abrir un diálogo con su equipo de productos sobre las cosas que podrían tener el mayor impacto para el cliente y las métricas clave como la relación de contacto para corregir o cambiar. De manera similar, su equipo de ventas y otros equipos de atención al cliente, como el éxito de los clientes, pueden ver qué pueden hacer para mejorar la satisfacción de los clientes en sus propios departamentos. (Centro Europeo de Postgrado, 2018)

Fallos que provocan la insatisfacción de los clientes

Incumplimiento de lo prometido. Por ejemplo, un producto que no coincide con su descripción del producto.

Expectativas

Incumplimiento de las expectativas del cliente. Por ejemplo, un cliente que espera que las bebidas sean gratis en un vuelo internacional y que no son en una aerolínea en particular. Esta es una de las razones por las que las empresas tienden a alinearse con las normas de la industria, ya que la satisfacción de los clientes se basa en lo que se espera y no en lo que se promete. (Díaz Fernández, 2014)

Servicio al cliente

No tratar a los clientes con cortesía común, escuchar y trabajar diligentemente para satisfacer sus necesidades. Por ejemplo, un representante de servicio al cliente agresivo pasivo que intencionalmente intenta enojar a los clientes sin romper ningún protocolo. (Díaz Fernández, 2014)

Calidad

Se perciben deficiencias de calidad. Por ejemplo, un juguete para niños que huele a sustancias químicas puede percibirse como de baja calidad.

Usabilidad

Problemas de usabilidad que hacen que los productos y servicios sean desagradables de usar. Por ejemplo, un sistema de navegación con una pantalla táctil que rara vez funciona en el primer toque.

Espera

La espera de productos, servicios y procesos, como la espera inusualmente larga de una orden de bebidas en un restaurante.

Precios

La imparcialidad de los precios, como una empresa de telecomunicaciones con un monopolio que a menudo está aumentando las tasas, ya que sabe que son la única o una de las pocas opciones de conseguir un producto o servicio. (Escudero Serrano M. J., 2017)

Las necesidades del cliente

Productos que no satisfacen las necesidades del cliente. Por ejemplo, un reproductor multimedia que no funciona con una variedad de formatos populares. (Díaz Fernández, 2014)

Condiciones

Términos legales que un cliente ve como injustos. Por ejemplo, un cliente que se siente inestable por la política de privacidad de un banco que entrega datos de clientes a terceros no especificados.

Confianza

Un cliente que no confía en una empresa por su reputación.

Valores

Cientes que no están contentos con una empresa porque no refleja sus valores. Por ejemplo, una firma con una reputación de causar problemas ambientales.

Incumpliendo de las expectativas.

Un cliente puede sentirse insatisfecho porque el producto o servicio no cumple con las expectativas. (Díaz Fernández, 2014)

Consejos para evitar la insatisfacción del cliente.

- Ser proactivo. No espere hasta que el cliente se queje. Las encuestas y reuniones son una excelente manera de comprender las necesidades del cliente.
- Ser receptivo. Cuando hay un problema, resolverlo inmediatamente. Al esperar para resolver un problema se pueden convertir problemas más pequeños en problemas más grandes.
- Ser honesto. Decirles a los clientes la verdad generalmente es mejor que mentirles. Eventualmente ayudará a ganar el respeto de los clientes.
- Ser realista. Algunos clientes tienen expectativas que simplemente no son alcanzables. En ese caso, puede ser necesario tratar de restablecer las expectativas del cliente o, si no es posible, sugerir que pueden estar más felices al llevar su negocio a otra parte. No todas las ventas valen el costo involucrado en su obtención.

2.4. Definición Conceptual

Cliente: “En general, se considera cliente a un consumidor fiel a una marca o producto” (Fernández Verde & Fernández Rico, 2017, pág. 220)

Distribución: “Alta capacidad de respuesta al cliente al más bajo costo es el objetivo de esta área; esto implica crear valor en la cadena de suministro a través de la optimización del nivel de inventario de producto terminado”. (Cono et All, 2014, p. 189).

Entrega: Cantidad de cosas que se entregan de una vez (Real Academia Española, 2019).

Insatisfacción: Es un sentimiento de decepción que puede darse al cliente por estar inconforme con un producto o empresa en precios, prestaciones, alternativas, etc. (Equipo de tutores, 2015, pág. 63)

Proceso: “Busca que las empresas tengan estructuras con una mayor capacidad de adaptación al entorno cambiante, mayor flexibilidad, más capacidad para aprender y crear valor, con una mayor orientación hacia el logro de los objetivos.”. (Ruiz, Almaguer, Torres, & Hernández, 2014, pág. 4)

Satisfacción: Razón, acción o modo con que se sosiega y responde enteramente a una queja, sentimiento o razón contraria. (Real Academia Española, 2015)

Servicio: “Es la acción de satisfacer determinada necesidad de los clientes por parte de una empresa a través del desarrollo de una actividad económica” (Sánchez, 2016).

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Presentación de la empresa

Nombre:

Comandato S.A.

Fecha en que fue aprobada o constituida:

6 DE Octubre de 1934

Objeto social:

“Venta y distribución de artefactos y línea blanca a lo largo y ancho del país” (Comandato S.A., 2016).

Misión

“Facilitamos bienes, servicios y asesoría para el bienestar de las familias ecuatorianas, colaboradores, accionistas y la comunidad” (Comandato S.A., 2016).

Visión

“Ser la cadena de almacenes preferida del mercado, generando bienestar y una experiencia de compra memorable” (Comandato S.A., 2016)

Estructura Organizativa
Organigrama

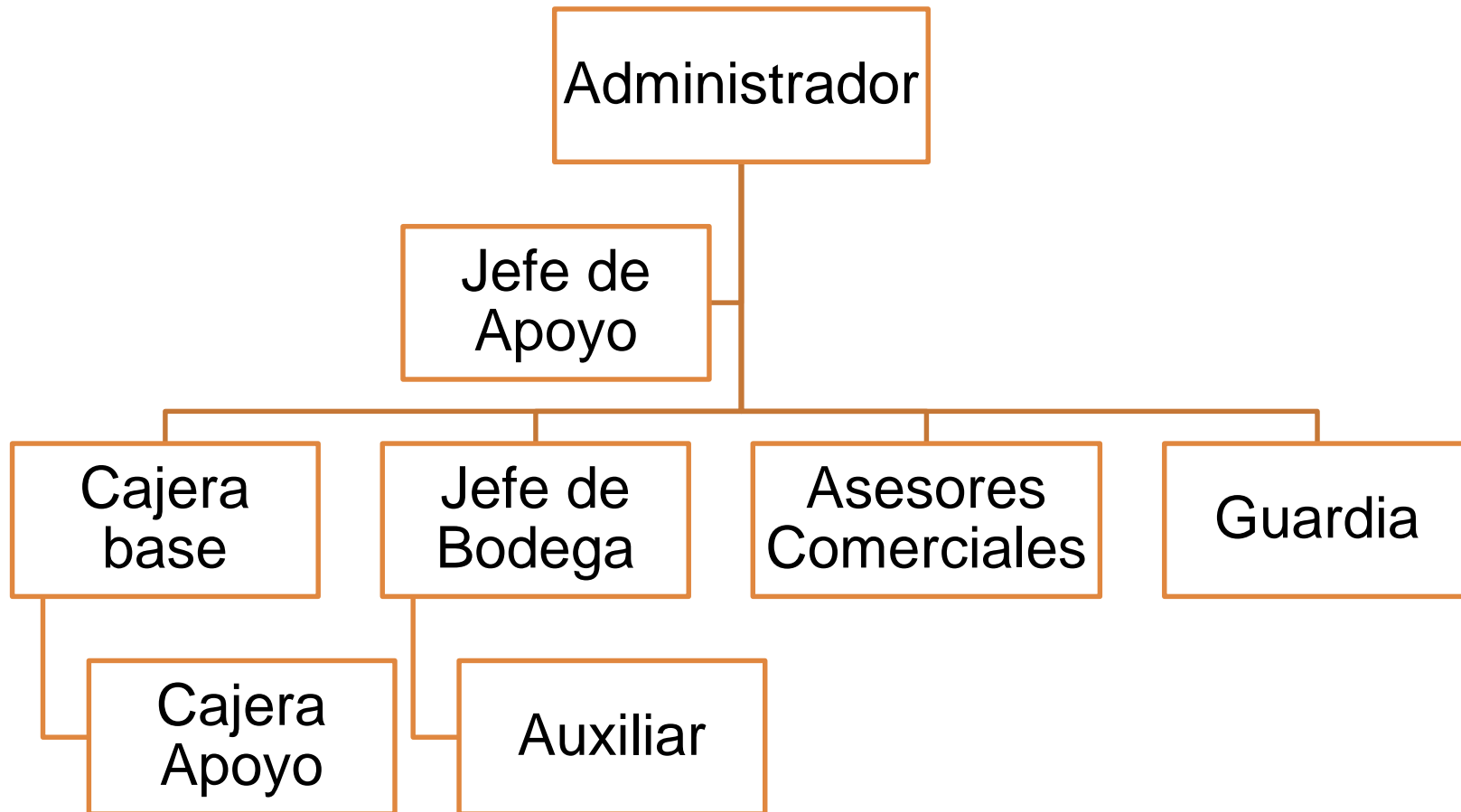


Gráfico 1: Organigrama
Fuente: Elaboración propia

Plantilla total de trabajadores

Tal como se aprecia en el documento otorgado por el Administrador de Comandato S.A., sucursal Alborada.

Nombre y Apellidos	Cargo/ Área	Edad	Nivel de Educación
Luis Alberto Rentería Macías	Administrador	33	Universitaria
Gilda Maricela Tamayo Crespo	Jefe de Apoyo	45	Secundaria
Nury Reyes	Cajera	38	Secundaria
Andrea Moreno	Cajera de Apoyo	24	Secundaria
Danny Monserrate Barzola	Jefe de Bodega	44	Secundaria
Miguel Vite	Auxiliar de tienda	34	Secundaria
Mario Enrique Naranjo Ruiz	Vendedor	49	Secundaria
José Antonio Quintero Escobar	Vendedor	35	Secundaria
Olga del Rocío Cabezas Chalco	Vendedora	44	Secundaria
Gilda Maricela Tamayo Crespo	Vendedora	45	Secundaria
Juan Gabriel Cepeda Ávila	Guardia	32	Secundaria

Tabla 1: Plantilla de los trabajadores
Fuente: Elaboración Propia

Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional

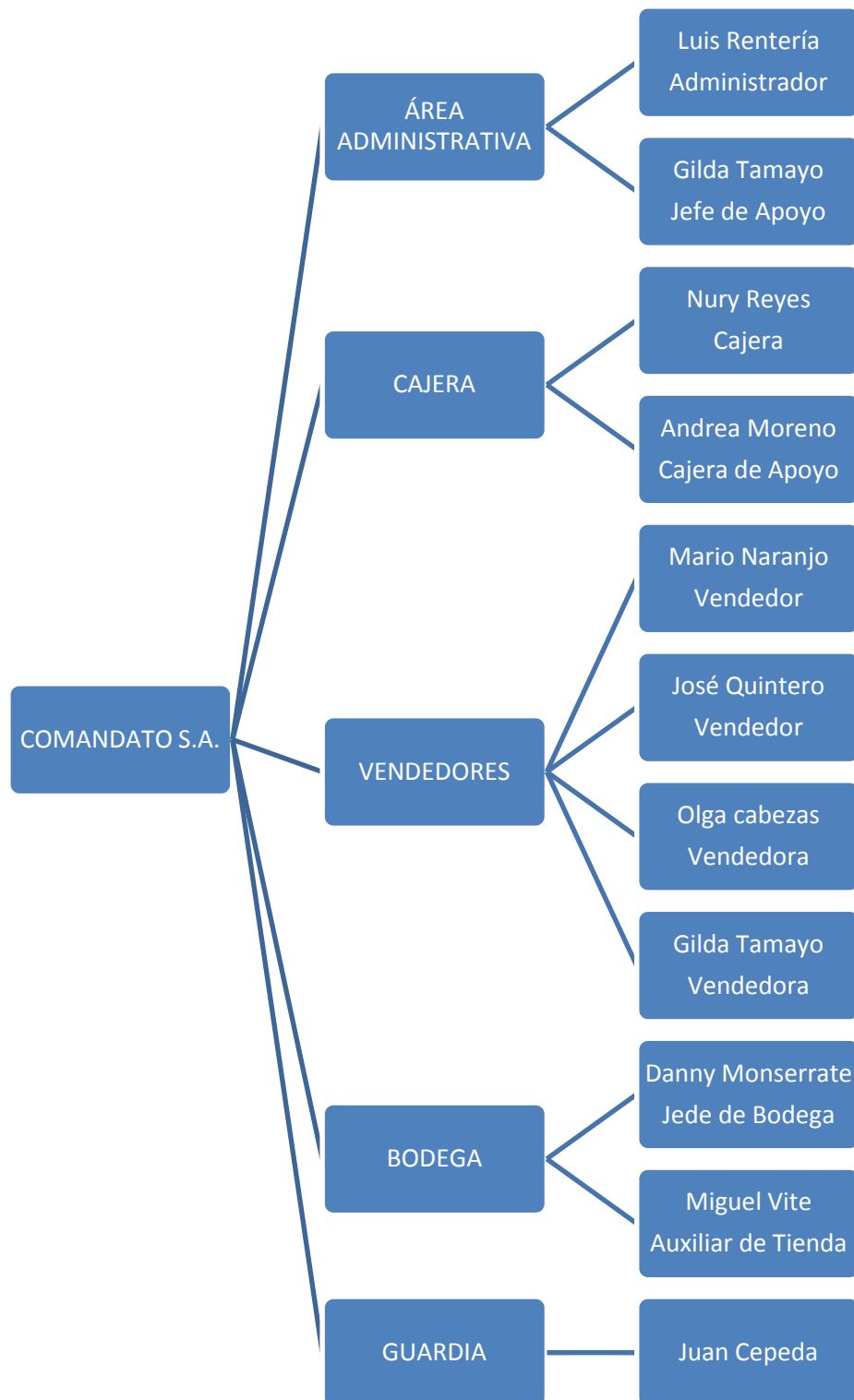


Gráfico 2: Organigrama por categoría ocupacional
Fuente: Elaboración propia

Clientes, proveedores y competidores más importantes.

Clientes. - El consumidor final, son el pueblo ecuatoriano, familias que desean un artefacto de línea blanda.

Proveedores. - Mantiene relaciones comerciales con: Sony, Samsung, LG, Daewoo, Philips, Panasonic, Whirlpool, Coby, Mabe, Porta (Conecel), Movistar (Telefónica), Entre las más importantes.

Competidores más importantes

- Artefacta
- Créditos Económicos
- Almacenes La Ganga
- Jaher
- ICESA

Principales productos o servicios

Dentro de los productos que ofrece a nivel nacional tienen: refrigeradoras, cocinas, lavadoras, televisores, Celulares, máquinas de coser, motos, colchones, DVD/Blue Ray, Aires acondicionados, Computadoras, Filmadoras, Cámaras Digitales, Congeladores, etc.

Descripción del proceso de estudio

El proceso de entrega y distribución de mercadería inicia en la venta del artículo, la cual puede tener dos respuestas, que el cliente lo retira de inmediato en la tienda o pida la entrega a domicilio, la misma que tarda 3 días laborales.

Cuando se pide la entrega a domicilio se hacen los siguientes pasos:

- Revisión de factura
- Separación de mercadería
- Contabilización (registro en el sistema contable SAP)

- Impresión de guías de remisión con los datos del transportista que está de turno en la tienda.
- Traslado de mercadería de la tienda al centro de distribución.

La documentación y mercadería llegan al Coordinador de transporte donde él clasifica las direcciones de entrega (Norte, Sur, Este y Oeste de la ciudad) y varios puntos del país (provincias y cantones)

Análisis económico financiero de periodos anteriores de la empresa a través de indicadores

ALMACENES COMANDATO S.A. (ALBORADA)			
ESTADO DE RESULTADOS			
	AÑOS		
	2015	2016	2017
VENTAS	1.146.750,00	1.261.425,00	1.450.368,75
(-) COSTO DE VENTAS	688.050,00	756.855,00	870.383,25
UTILIDAD BRUTA	458.700,00	504.570,00	580.255,50
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	68.805,00	75.685,50	87.038,33
GASTOS DE VENTAS	114.675,00	126.142,50	145.063,88
GASTOS DE VENTAS (IMPLEMENTACIÓN MK)		7.730,25	12.883,75
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS	275.220,00	295.011,75	335.269,55
(-) GASTOS DE INTERESES	0,00	824,56	1.236,84
(+) INTERESES GANADOS	0,00	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	275.220,00	294.187,19	334.032,71
(-) PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES	41.283,00	44.128,08	50.104,91
(-) IMPUESTOS	58.484,25	62.514,78	70.981,95
UTILIDAD NETA	175.452,75	187.544,33	212.945,85

Tabla 2: Estado de Resultados
Fuente: Comandato S.A. (Sucursal Alborada)

ALMACENES COMANDATO S.A. (ALBORADA)		
FLUJO DE EFECTIVO AÑOS 2016 – 2017		
	AÑOS	
	2016	2017
Saldo Inicial	50.837,00	43.424,66
INGRESOS	252.285,00	290.127,75
Ventas de Contado	807.312,00	1.130.236,80
Ventas a Crédito	0,00	0,00
Aportes de Accionistas	10.307,00	0,00
Otros (préstamos bancario)	1.069.904,00	1.420.364,55
Total Ingresos		
EGRESOS		
Costo de Ventas	756.855,00	870.383,25
Gastos de Administración	75.685,00	87.038,33
Gastos de Ventas	126.142,50	145.063,88
Gastos de ventas (Implementación MK)	7.730,25	12.883,75
Gastos Financieros	824,56	1.234,84
Pago Préstamo Bancario	3.437,67	5.153,50
Participación de Trabajadores	44.128,08	50.104,91
Impuestos	62.514,78	70.981,95
Total Egresos	1.077.316,34	1.242.846,40
Saldo Operacional		
Saldo Final	43.424,66	220.942,82

Tabla 3: Estado de Resultados
Fuente: Comandato S.A. (Sucursal Alborada)

3.2. Diseño de la Investigación

El diseño de investigación utilizado en este proyecto es mixto ya que se maneja información cualitativa y cuantitativa, la primera implica conocer las causas que crea el grado de insatisfacción de los clientes de Comandato S.A. en lo que a la distribución de los electrodomésticos refiere y la segunda para contabilizar el número de encuestados que eligen cada grado de satisfacción, adicional a éste se utiliza la investigación bibliográfica por la indagación en libros, artículos científicos y tesis que se relacionen con la problemática estudiada.

3.2. Tipos de Investigación

Modelos de información

Explorativo	Explicativa	Descriptiva	Correlacional
Se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 91)	Están dirigidos a responder por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Como su nombre lo indica, su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se manifiesta o por qué se relacionan dos o más variables. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 95)	Tiene el propósito de especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno. (Barragán & Terceros, 2017, pág. 58)	Permite describir la asociación entre dos o más variables con el objetivo de predecir su comportamiento futuro. (González, Escoto, & Joanna, 2017, pág. 49)

Tabla 4 Modelos de Información
Fuente: Elaboración Propia

Para este trabajo se va a escoger el explicativo-correlacional porque se busca contestar las causas de la insatisfacción de los clientes con respecto al proceso de distribución de la empresa Comandato S.A., por lo que se contestará por qué y en qué condiciones ocurre este fenómeno además de buscar la relación de las variables, para que las mejoras propuestas en el proyecto den pie a una mejor reacción de los usuarios.

3.3. Población y Muestra

Población: Para Hernández (2014), "una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones" (p. 65).

Población Finita: Conjunto compuesto por una cantidad limitada de elementos (Martínez, 2014)

Población Infinita: Es la que tiene un número exagerado de elementos. (Martínez, 2014)

Cálculo de población

Se usa estas cantidades por no existe un registro de clientes por lo que se toma en cuenta las unidades vendidas

Elementos	Unidades vendidas
Vendedor 1	928
Vendedor 2	1073
Vendedor 3	891
Vendedor 4	506
Total	3398

Tabla 5 Vendedores
Fuente: Elaboración Propia

Para sacar el valor de la población se dividirá el total de unidades vendidas entre 2, que es el número promedio de unidades por cliente.

$$3398 \div 2 = 1699$$

Elementos	Cantidad
Cientes	1699
Total	1699

Tabla 6 Población
Fuente: Elaboración Propia

Muestra: Según Hernández (2014) “La muestra en el proceso cualitativo es un grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea representativo del universo o población que se estudia”. (p.94). Al ser una población muy reducida, la muestra pasa a ser el mismo número de individuos.

La muestra según la fórmula para población finita es de 357 clientes.

Tipos de muestras

Muestra probabilística	Muestra probabilística estratificada	Muestra probabilística por racimos	Muestra no probabilística o dirigida
“Subgrupo de la población en el que todos los elementos tienen la misma posibilidad de ser elegidos” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 175)	“En el que la población se divide en segmentos y se selecciona una muestra para cada segmento”. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 182)	“Muestreo en el que las unidades se encuentran encapsuladas en determinados lugares físicos”. (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 183)	“Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, pág. 176)

Tabla 7 Prototipos
Fuente: Elaboración Propia

Muestreo aleatorio simple

Es un tipo de muestreo en el que no se realizan reemplazos. Según Gutiérrez & Vladimirovna (2016) “El muestreo aleatorio simple se recomienda cuando las características de interés presentan gran homogeneidad, pues en caso contrario su uso requeriría muestras grandes, para lograr una precisión aceptable. Además, cuando se presenta cierta heterogeneidad en los datos podrían seleccionarse muestras indeseables” (p. 10).

El muestreo aleatorio simple es aquel método que asigna la misma probabilidad de selección a todas y cada una de las muestras posibles y

distintas. Siendo esta probabilidad $1/C^N_n$, donde N representa al tamaño de la población y n , el tamaño de la muestra. (Gutiérrez González & Vladimirovna Panteleeva, 2016)

Una forma equivalente de seleccionar la muestra es elegir las unidades de una en una y en forma consecutiva y asignar una probabilidad de selección a las unidades en cada caso.

Cálculo de muestra

Fórmula

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza,

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción).

$$n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{d^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$$

$$n = \frac{1699 * 1.95^2 * 0.5 * 0.5}{(0.05)^2(1699 - 1) + (1.95)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{1699 * 3.8025 * 0.25}{0.0025(1698) + 3.8025 * 0.25}$$

$$n = \frac{1615.1119}{4.245 + 0.9506}$$

$$n = \frac{1615.1119}{5.1956}$$

$$n = 310.8615 = 311$$

Muestra

Elementos	Cantidad
Cientes	311
Total	311

Tabla 8: Muestra
Fuente: Elaboración Propia

3.4. Procedimiento o pasos a seguir en la investigación

El método a utilizar es cuantitativo en la cual realiza un análisis, en base a datos exactos y cualitativos se enfoca a base de fenómenos y características. (Acosta, 2015). También se utiliza el método inductivo donde se analiza los datos del caso y se termina examinando la teoría y el método deductivo se usará para el razonamiento lógico para crear hipótesis donde sustenta conclusiones. (Del Río, 2014)

3.4.1. Técnicas e Instrumentos de la Investigación

Procedimientos

Técnicas	Instrumentos
Observación *	Guía – Fichas *
Entrevistas *	Cuestionario *
Encuestas *	Formulario *

Tabla 9 Procedimientos
Fuente: Elaboración Propia

Observación

Esta técnica se utiliza para conocer el comportamiento de los trabajadores de Comandato S.A., quienes fueron analizados mientras laboraban. La observación indirecta según Martínez (2017) “es un instrumento de recolección de datos cualitativo. Esto quiere decir que los datos obtenidos son características y propiedades del fenómeno observado”. Es necesario conocer a más de simple inspección para determinar los errores que se pueden corregir en el proceso de distribución de la empresa.

Entrevista

Las entrevistas generalmente contienen preguntas abiertas es aquella en la que se da a las personas entrevistadas una libertad para establecer una contestación sin limitaciones Se realizaron dos tipos de entrevistas en este proyecto, una a los trabajadores de Comandato S.A. (Anexo 6) y la otra al Administrador (Anexo 7) quienes tuvieron todo el tiempo para

contestar y desplegar su opinión en las respectivas preguntas que se les realizó.

Encuesta

La encuesta contiene preguntas cerradas, es aquel tipo de pregunta en un cuestionario que contiene una relación exhaustiva de las respuestas posibles. En cuanto al número de alternativas de respuestas, las preguntas cerradas pueden ser dicotómica, si tiene solos dos respuestas posibles. Las preguntas cerradas son de fácil interpretación que permite al entrevistado tomar una decisión rápida por las opciones de respuestas que se presenta. Ver anexo 8.

Guía – Fichas

Son instrumentos para utilizados por investigadores para recoger información. Según Castro (2015) “fichas a los instrumentos en los cuales plasmamos por escrito información importante que hemos encontrado en nuestros procesos de búsqueda de información y que se desea tener al alcance de las manos en cualquier momento” (p.1). Estos instrumentos son muy útiles porque facilitan el ordenamiento para encontrar un tema sin mayor dificultad.

Cuestionario

El cuestionario a utilizar, en la encuesta contiene diez preguntas, la misma que se ejecutará en las encuestas, usando opciones múltiples en sus respuestas; las que los encuestados (clientes) pueden dar sus respuestas, las mismas que serán analizadas y tabuladas. Según la Universidad de las Américas (2015) en el apartado procedimientos y técnicas de evaluación cualitativa:

Es una técnica de recogida de información muy usada para conocer las opiniones, preferencias y/o puntos de vista de una cantidad considerable de personas. Consiste en la formulación de preguntas dirigidas a la

totalidad de personas que conforman una población en estudio o a un grupo representativo de dicho universo” (p. 1).

En lo que a entrevista se refiere, el cuestionario a utilizar, contiene cinco preguntas, la misma que se ejecutará en la entrevista, en la que los entrevistados (trabajadores) dan carta abierta a su opinión en lo que respecta al funcionamiento del negocio y cómo puede mejorarse en base a la propuesta. Ver Anexo 6.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO

4.1. Aplicación a las técnicas de instrumentos

1. ¿Acostumbra comprar todos los electrodomésticos en la misma casa comercial?

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
1	Totalmente de acuerdo	128	41,16%
	De acuerdo	61	19,61%
	Indiferente	7	2,25%
	En desacuerdo	35	11,25%
	Totalmente en desacuerdo	80	25,72%
	TOTAL		311

Tabla 10 Compra de electrodomésticos en una casa comercial
Elaborado por: Delgado, Marilin

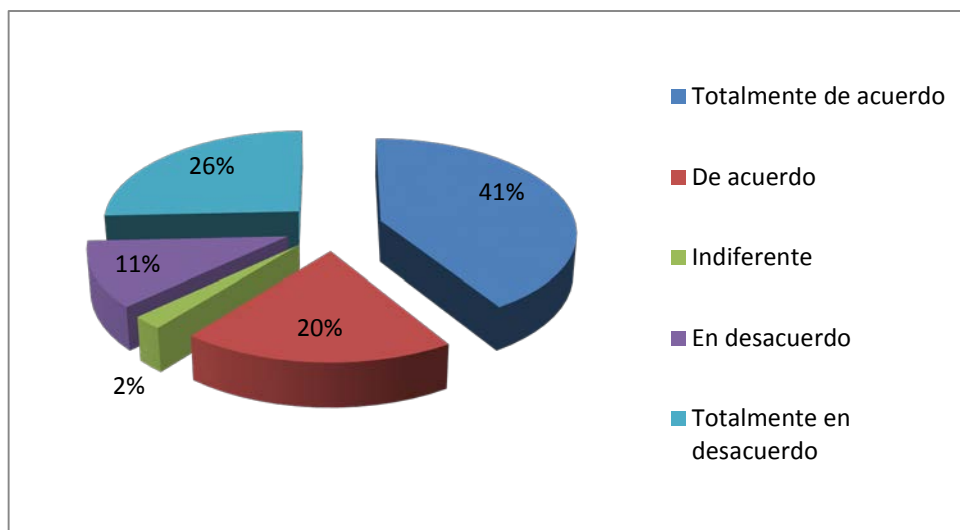


Gráfico 3. Compra de electrodomésticos en una casa comercial
Elaborado por: Delgado, Marilin

Análisis

Se aprecia que el 41% de los clientes está muy de acuerdo con comprar todos los electrodomésticos en la misma casa comercial, el 20% está de acuerdo, el 2% es indiferente, el 11% está en desacuerdo y el 26% está muy en desacuerdo. Se puede determinar que cuando un cliente está conforme con un producto, puede volverse fiel a la casa comercial y reincide en sus compras.

2. ¿Está satisfecho con las compras realizadas en Comandato S.A., sucursal Alborada?

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
2	Totalmente de acuerdo	140	45,02%
	De acuerdo	100	32,15%
	Indiferente	10	3,22%
	En desacuerdo	21	6,75%
	Totalmente en desacuerdo	40	12,86%
	TOTAL		311

Tabla 11. Satisfacción con las compras realizadas en Comandato S.A.
Elaborado por: Delgado, Marilin

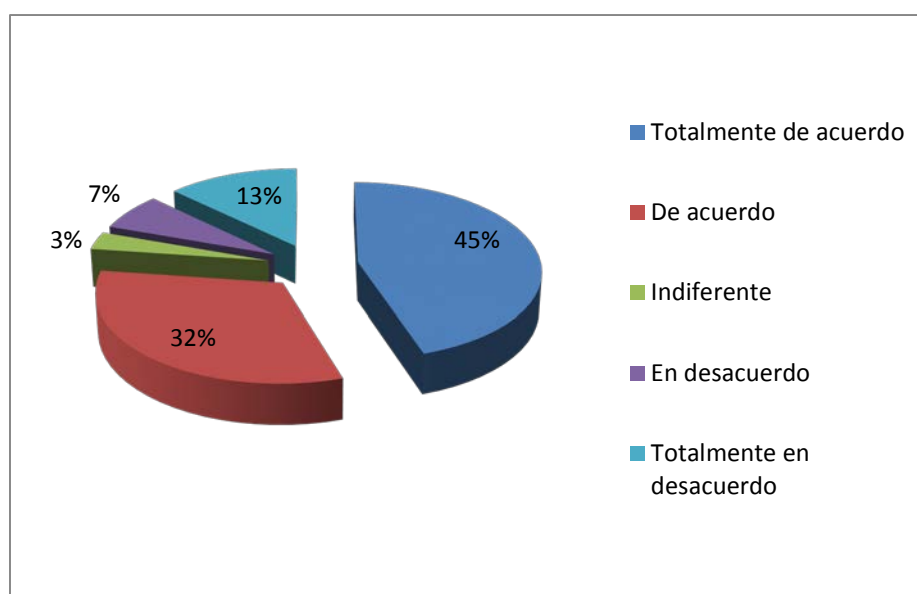


Gráfico 4. Satisfacción con las compras realizadas en Comandato S.A.
Elaborado por: Delgado, Marilin

Análisis

Se aprecia que el 45% de los clientes dice estar totalmente de acuerdo con estar satisfecho con las compras realizadas en Comandato S.A, sucursal La Alborada, el 32% está de acuerdo, el 3% es indiferente, el 7% está en desacuerdo y el 13% está muy en desacuerdo. Se concluye que casi la mitad de los clientes de Comandato S.A. están conformes con las compras realizadas en esta sucursal, tomando en cuenta que se trabaja siempre con los mejores productos.

3. ¿Cree que la atención de Comandato S.A. cubre las expectativas de los clientes?

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
3	Totalmente de acuerdo	80	25,72%
	De acuerdo	50	16,08%
	Indiferente	11	3,54%
	En desacuerdo	80	25,72%
	Totalmente en desacuerdo	90	28,94%
	TOTAL		311

Tabla 12. Atención de Comandato S.A. cubre las expectativas
Elaborado por: Delgado, Marilin

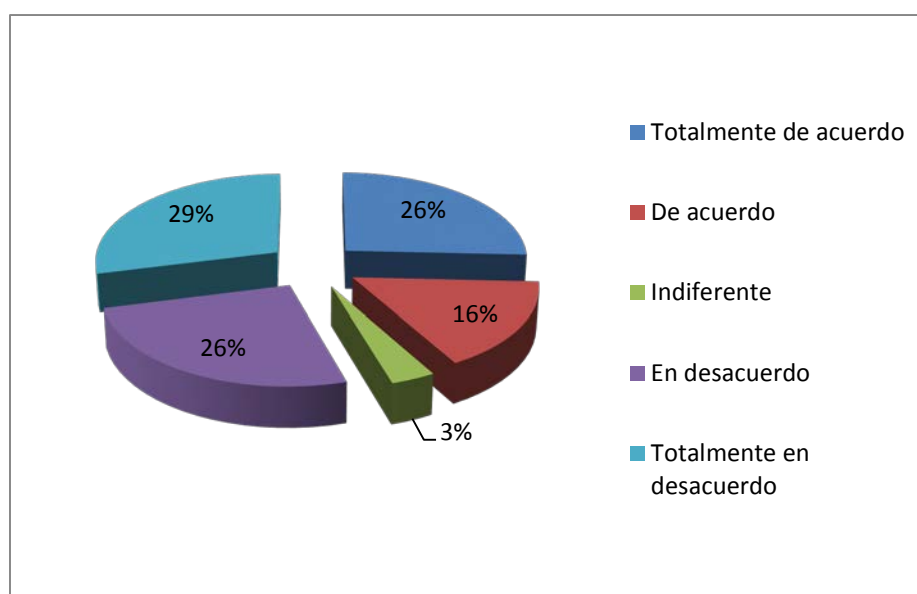


Gráfico 5. Atención de Comandato S.A. cubre las expectativas
Elaborado por: Delgado, Marilin

Análisis

Se aprecia que el 26% de los clientes está totalmente de acuerdo que la atención de Comandato S.A., cubre sus expectativas, el 16% está de acuerdo, el 3% es indiferente, el 26% está en desacuerdo y el 29% está muy en desacuerdo. Se determina que más de la mitad de los clientes no están del todo satisfechos con la atención que se les ha brindado cuando han ido a adquirir un producto en la entrega del mismo.

4. ¿Cree que Comandato S.A. se muestra como una empresa muy organizada que atiende bien a sus clientes?

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
4	Totalmente de acuerdo	100	32,15%
	De acuerdo	99	31,83%
	Indiferente	10	3,22%
	En desacuerdo	50	16,08%
	Totalmente en desacuerdo	52	16,72%
	TOTAL		311

Tabla 13. Organización de Comandato S.A.
Elaborado por: Delgado, Marilin

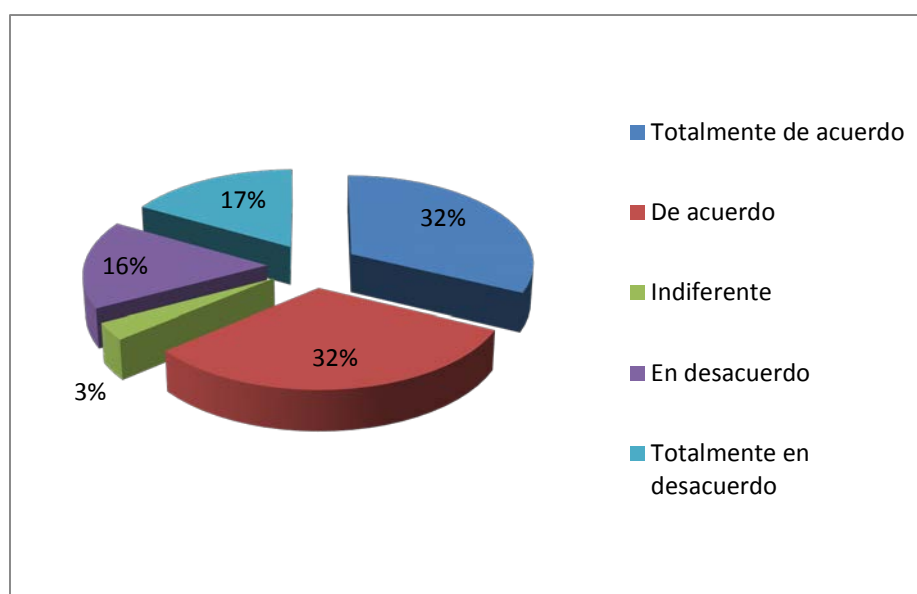


Gráfico 6. Organización de Comandato S.A.
Elaborado por: Delgado, Marilin

Análisis

Se aprecia que el 32% de los clientes está totalmente de acuerdo en Comandato S.A., se muestra como una empresa muy organizada que atiende bien a sus clientes, el 32% está de acuerdo, el 3% es indiferente, el 16% está en desacuerdo y el 17% está muy en desacuerdo. Se concluye que para los ojos de la mayoría de los clientes la organización de la casa comercial es muy buena, lo cual muestra que los puntos débiles de la empresa se san más que nada en la entrega de productos.

5. ¿Cree que los precios de Comandato S.A. son competitivos en comparación con otras casas comerciales?

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
5	Totalmente de acuerdo	111	35,69%
	De acuerdo	80	25,72%
	Indiferente	5	1,61%
	En desacuerdo	40	12,86%
	Totalmente en desacuerdo	75	24,12%
	TOTAL		311

Tabla 14. Competitividad de los precios de Comandato S.A.
Elaborado por: Delgado, Marilin

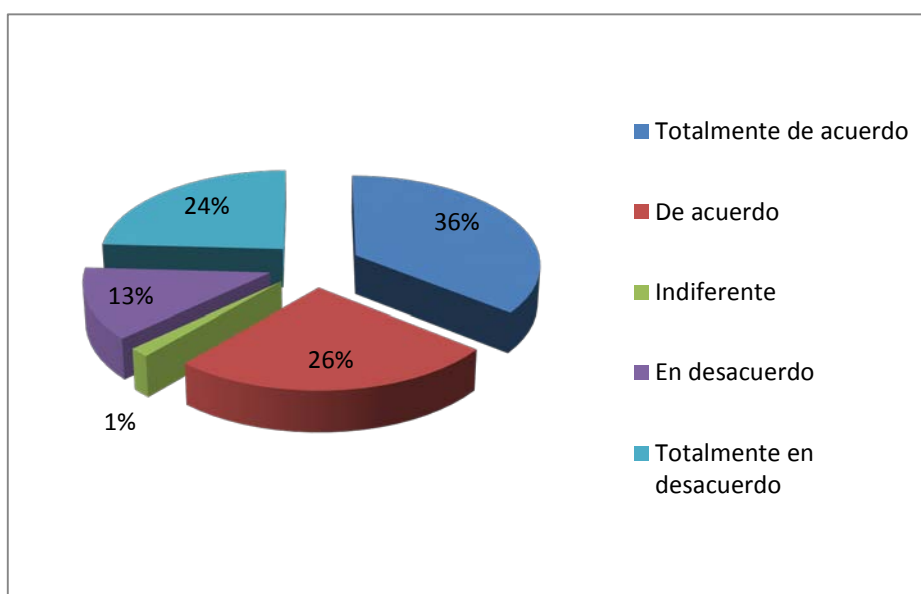


Gráfico 7. Competitividad de los precios de Comandato S.A.
Elaborado por: Delgado, Marilin

Análisis

Se aprecia que el 36% de los clientes está totalmente de acuerdo en que los precios de Comandato S.A. son competitivos en comparación con otras empresas, el 26% está de acuerdo, el 1% es indiferente, el 13% está en desacuerdo y el 24% está muy en desacuerdo. Se concluye que los precios de los productos que se encuentran a la venta en esta casa comercial están al mismo nivel que sus principales competidores.

6. ¿Cree que la garantía de Comandato S.A. debe incluir defectos ocasionados en la entrega del electrodoméstico?

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
6	Totalmente de acuerdo	105	33,76%
	De acuerdo	96	30,87%
	Indiferente	15	4,82%
	En desacuerdo	45	14,47%
	Totalmente en desacuerdo	50	16,08%
	TOTAL	311	100%

Tabla 15. Garantía de Comandato S.A.
Elaborado por: Delgado, Marilin

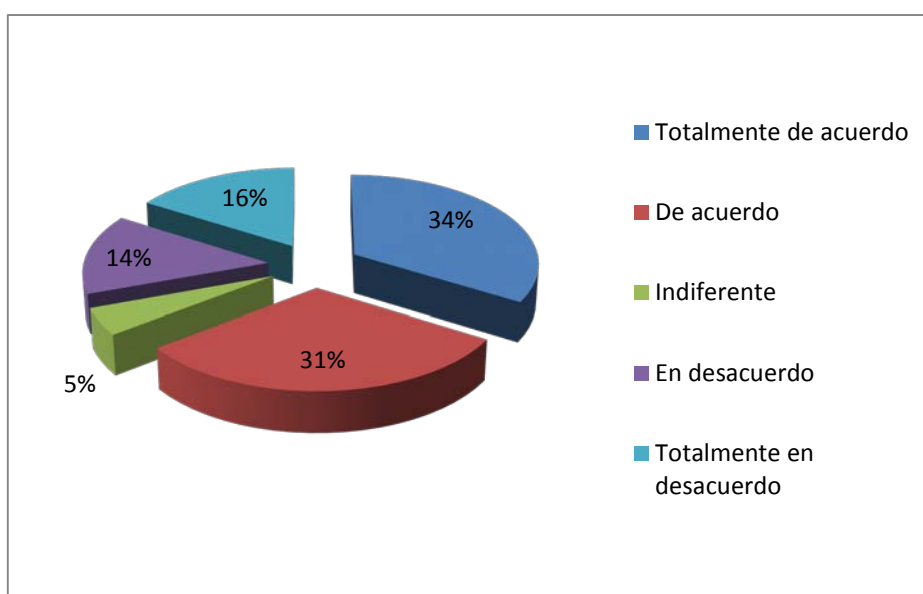


Gráfico 8. Garantía de Comandato S.A.
Elaborado por: Delgado, Marilin

Análisis

Se aprecia que el 34% de los clientes está totalmente de acuerdo con que la garantía de Comandato S.A., debe incluir con defectos ocurridos en la entrega de electrodomésticos, el 32% está de acuerdo, el 5% es indiferente, el 14% está en desacuerdo y el 16% está muy en desacuerdo. Se determina que dos terceras partes de los clientes está convenidos que es necesario que la garantía cubra los defectos de traslado, probablemente por una mala experiencia anterior.

7. ¿Cree que las empresas además de vender buenos productos, deben prestar atención a la calidad de los servicios?

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
7	Totalmente de acuerdo	165	53,05%
	De acuerdo	81	26,05%
	Indiferente	6	1,93%
	En desacuerdo	22	7,07%
	Totalmente en desacuerdo	37	11,90%
	TOTAL		311

Tabla 16. Atención a la calidad de servicios
Elaborado por: Delgado, Marilin

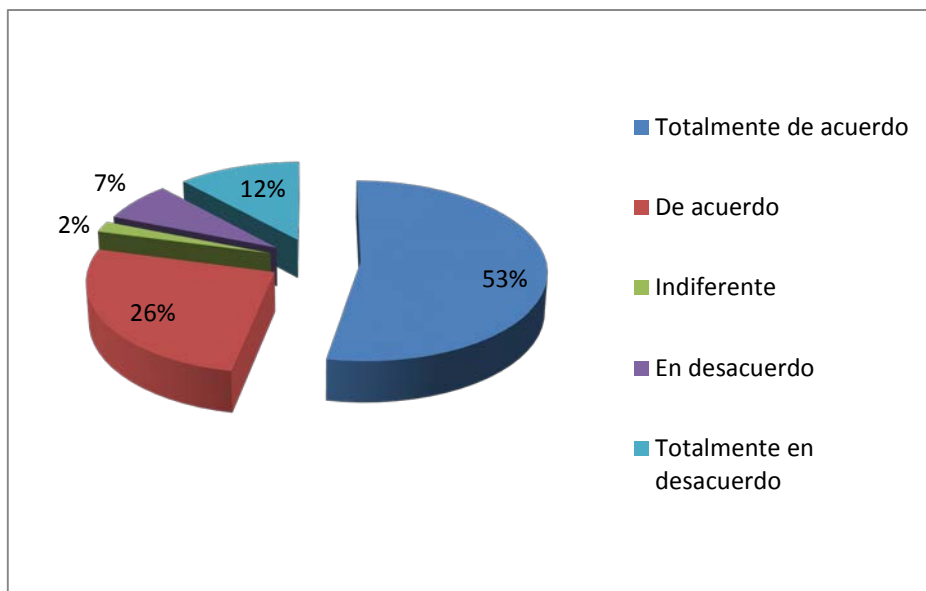


Gráfico 9. Atención a la calidad de servicios
Elaborado por: Delgado, Marilin

Análisis

Se aprecia que el 53% de los clientes está totalmente de acuerdo con que las empresas además de vender buenos productos, deben prestar atención a la calidad de los servicios, el 26% está de acuerdo, el 2% es indiferente, el 7% está en desacuerdo y el 12% está muy en desacuerdo. Se concluye que la gran mayoría de clientes están esperando que además de adquirir un buen producto, sean atendidos de la mejor manera en las empresas comerciales.

8. ¿Se siente satisfecho con el(os) artículo(s) adquiridos en Comandato S.A.?

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
8	Totalmente de acuerdo	150	48,23%
	De acuerdo	100	32,15%
	Indiferente	7	2,25%
	En desacuerdo	32	10,29%
	Totalmente en desacuerdo	22	7,07%
	TOTAL		311

Tabla 17. Satisfacción en la adquisición de artículos
Elaborado por: Delgado, Marilin

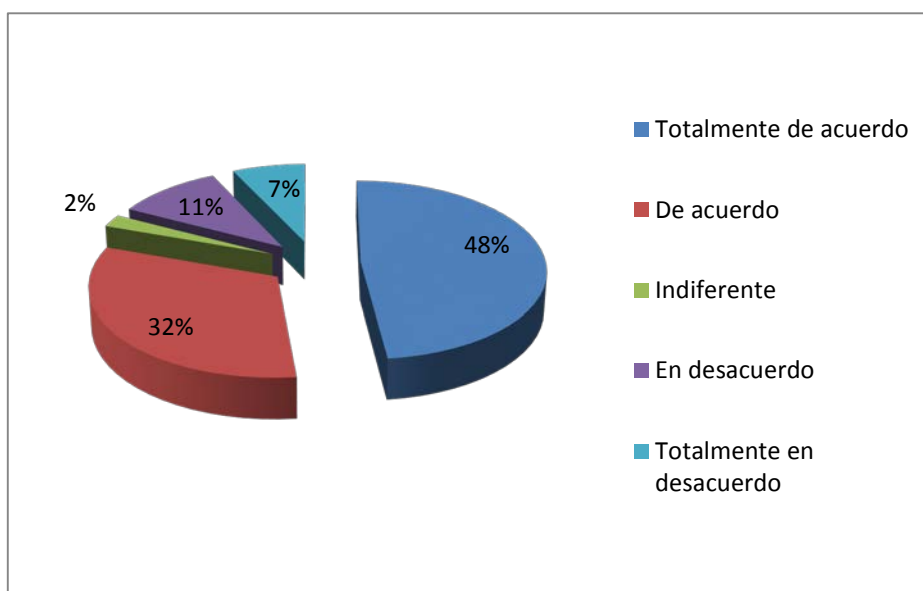


Gráfico 10. Satisfacción en la adquisición de artículos
Elaborado por: Delgado, Marilin

Análisis

Se aprecia que el 48% de los clientes está totalmente de acuerdo sentirse satisfecho del(os) artículo(s) adquiridos en Comandato S.A., el 32% está de acuerdo, el 2% es indiferente, el 11% está en desacuerdo y el 7% está muy en desacuerdo. Se concluye que la gran mayoría de clientes de Comandato S.A. están conformes con la calidad de los productos que han adquirido, lo cual es normal si se toma en cuenta que esta casa comercial trabaja con las principales marcas.

9. ¿Cree que Comandato S.A. debe prestar especial atención en la distribución de los electrodomésticos para no atrasarse?

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
9	Totalmente de acuerdo	120	38,59%
	De acuerdo	60	19,29%
	Indiferente	16	5,14%
	En desacuerdo	35	11,25%
	Totalmente en desacuerdo	80	25,72%
	TOTAL		311

Tabla 18. Atención en la distribución de electrodomésticos
Elaborado por: Delgado, Marilin

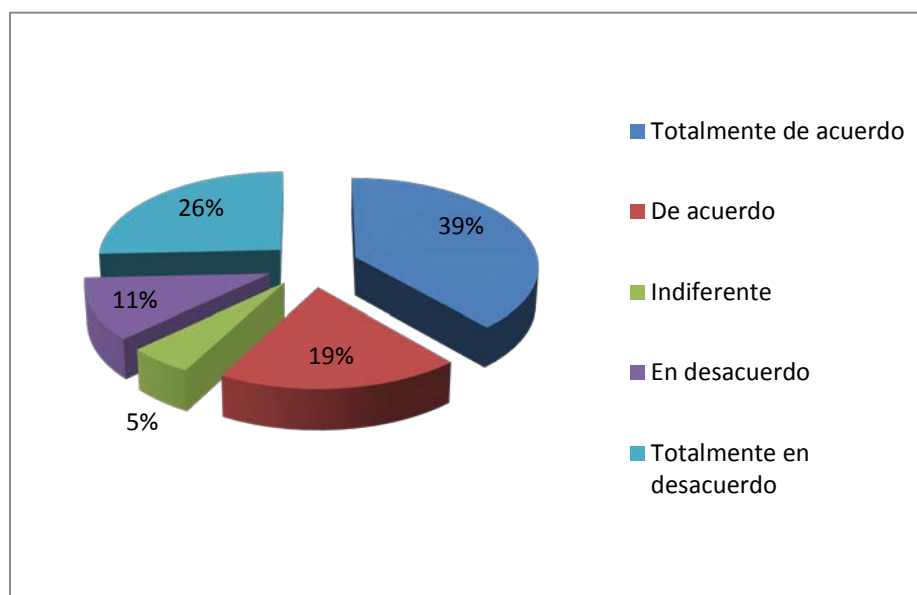


Gráfico 11. Atención en la distribución de electrodomésticos
Elaborado por: Delgado, Marilin

Análisis

Se aprecia que el 39% de los clientes está totalmente de acuerdo con que Comandato S.A. debe prestar especial atención en la distribución de los electrodomésticos para no atrasarse, el 19% está de acuerdo, el 5% es indiferente, el 11% está en desacuerdo y el 26% está muy en desacuerdo. Se determina que la entrega a la hora determinada es primordial para los clientes, sobre todo por el mudo acelerado en el que se vive, donde tanto hombres como mujeres deben trabajar y en ocasiones no se encuentran en casa por cumplir sus responsabilidades laborales.

10. ¿Estaría de acuerdo con que se agilite la entrega de electrodomésticos en Comandato S.A.?

Ítem	Categorías	Frecuencias	Porcentajes
10	Totalmente de acuerdo	160	51,45%
	De acuerdo	96	30,87%
	Indiferente	16	5,14%
	En desacuerdo	11	3,54%
	Totalmente en desacuerdo	28	9,00%
	TOTAL		311

Tabla 19. Agilización de la entrega de electrodomésticos
Elaborado por: Delgado, Marilin

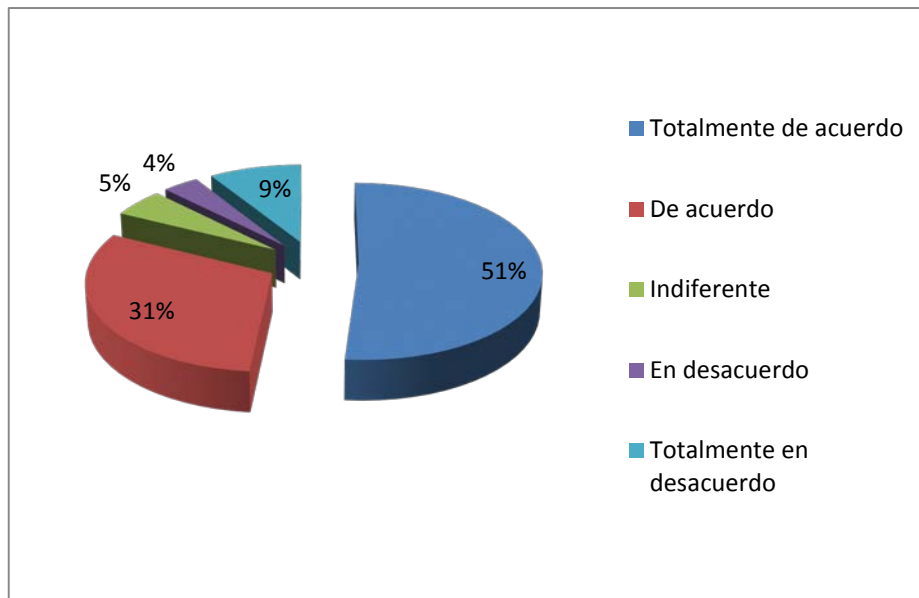


Gráfico 12. Agilización de la entrega de electrodomésticos
Elaborado por: Delgado, Marilin

Análisis

Se aprecia que el 51% de los clientes está totalmente de acuerdo con que se agilite la entrega de electrodomésticos en Comandato S.A., el 31% está de acuerdo, el 5% es indiferente, el 4% está en desacuerdo y el 9% está muy en desacuerdo. Se determina que los están apoyan la idea de agilizar el proceso de distribución, demostrando que el tiempo de entrega es uno de los puntos débiles de esta casa comercial.

Resultados de las entrevistas dirigidas a trabajadores de Comandato S.A.

<p>¿Cree que la Comandato S.A. se ha renovado con el pasar de los años?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sí, con lo que tiene que ver tecnología, ejemplo televisión. • Así es. • Sí, en muchos aspectos. • Sí • Si 	<p>Se aprecia que la perspectiva de los trabajadores es que Comandato S.A. ha sabido renovarse con el paso de los años.</p>
<p>¿A qué cree que se deba la popularidad de Comandato S.A.?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por mantenerse en el mercado tantos años. • Por ser una empresa sólida con credibilidad y experiencia posicionada en el mercado ecuatoriano. • A la cantidad de años en el mercado dando la oportunidad a que la realidad obtenga sus artículos y pueda pagar en cómodas cuotas residuales. • Trayectoria • Falta de presupuesto para propagandas. 	<p>Según los trabajadores, la popularidad de Comandato S.A. se base en su trayectoria, credibilidad, experiencia y estar ya posicionada en el mercado.</p>

<p>¿Considera que la atención al cliente es uno de los puntos fuertes o débiles de esta empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sí. • La atención al cliente dirigida de una manera correcta, eficaz y eficiente es una de las fortalezas de la empresa. • Es uno de los puntos más fuertes contamos con personal preparado y con conocimiento de productos que facilitan la labor diaria, aparte de la sonrisa que es lo primordial. • Fuertes. • Fuertes. 	<p>Se aprecia que los trabajadores de Comandato S.A. creen que la atención a los clientes es uno de los puntos fuertes de la empresa por la preparación de los empleados.</p>
<p>¿Qué tan complicado es cambiar procesos que llevan años aplicándose; pero hay que renovarlos?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Puede ser complicado en el tema costos si es de renovar vehículos (camiones). • Los tiempos cambian y con ellos los procesos, sólo es cuestión de aplicarse y adaptarse a estos cambios. • No es complicado, es cuestión de adaptación. • No es complicado. 	<p>Los empleados reconocen que puede ser complicado; pero que es necesario hacer cambios si es para mejora de la empresa.</p>

<ul style="list-style-type: none"> • Todo es cuestión de adaptación. 	
<p>¿Cree que un plan de mejoras al proceso de distribución optimizará esta área de la empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sí, para mejorar el tiempo de despacho al cliente • Todo planeamiento para mejorar algún proceso en determinada área es muy bueno siempre y cuando se apara optimizar tiempo, recursos y así poder ofrecer a nuestros clientes un servicio de calidad y efectividad para poder fidelizar. • Podría ser, porque toda mejora es importante para el bien, tanto de la empresa como la del colaborador. • Si • Si 	<p>Los empleados de Comandato S.A. se muestran optimista ante un plan de mejoras porque sienten que la empresa saldrá beneficiado, y por ende el cliente.</p>

Tabla 20. Resultados de las entrevistas dirigidas a trabajadores de Comandato S.A.
Elaborado por: Delgado, Marilyn

Resultados de la entrevista dirigida a Administrador de Comandato S.A.

<p>Según su propia perspectiva y análisis en los últimos años la empresa se ha mantenido, ha crecido su margen de utilidad o disminuido y ¿por qué?</p>	<p>El margen de utilidad ha crecido, incluso ha crecido un incremento en el pago de utilidades a trabajador, el porcentaje de ventas también ha crecido, tal vez no tan significativamente como se esperaba; pero si ha crecido.</p>
<p>Explique el proceso de distribución de la empresa de forma detallada, desde la venta, la salida del artículo de la bodega, envío y llegada del artefacto al cliente</p>	<p>Se genera la factura, la sucursal envía un camión que va a la bodega de la perimetral, y sale a la entrega, esto toma aproximadamente 48 horas.</p>
<p>Errores o fallas más comunes en el proceso de distribución</p>	<p>La asignación de mercadería en puntos que no hacen rotar mercadería, por ejemplo, si se manda una cantidad de aires acondicionados a una ciudad, y no se toma en cuenta que por cuestión de clima no saldría como lo hace en la costa.</p>
<p>¿Cómo calificaría el orden y la logística de la Bodega de su sucursal de Comandato S.A. y qué mejoras propondría?</p>	<p>Se requiere más personal; pero por cuestión de presupuesto, no se ha podido, además se requiere de manera inmediata un vehículo.</p>

<p>¿Cuáles son los problemas más frecuentes que se suscitan al realizar la documentación o papeleo de la venta de un artículo que debe entregarse a domicilio y por qué se dan?</p>	<p>Las mayores dificultades surgen cuando se da de manera errónea la dirección y no se llega al lugar, o de igual manera, cuando llega el artículo a cada hogar y no tiene la factura física.</p>
<p>Si estuviera en sus manos ¿Qué cambiaría en el proceso desde que se realiza una venta hasta la distribución entrega del producto?</p>	<p>Acostaría el tiempo de entrega y el tipo de servicio que se puede dar, hay personal que no se ha capacitado en la atención al cliente, en el área de bodega, fallan en la manera de expresarse, lo que crea una inconformidad al momento de la entrega.</p>
<p>Cree que la solución propuesta por usted sería muy costosa y difícil de realizar o económica y factible y ¿por qué?</p>	<p>La capacitación no creo que sea tan costosa capacitarse en posventa y trato al cliente. En lo que respecta al aumento de personal, si puede ser más complicado, creo que hay que hacer énfasis en la capacitación del personal de Bodega.</p>

Tabla 21. Resultados de la entrevista dirigida a Administrador de Comandato S.A.
Elaborado por: Delgado, Marilin

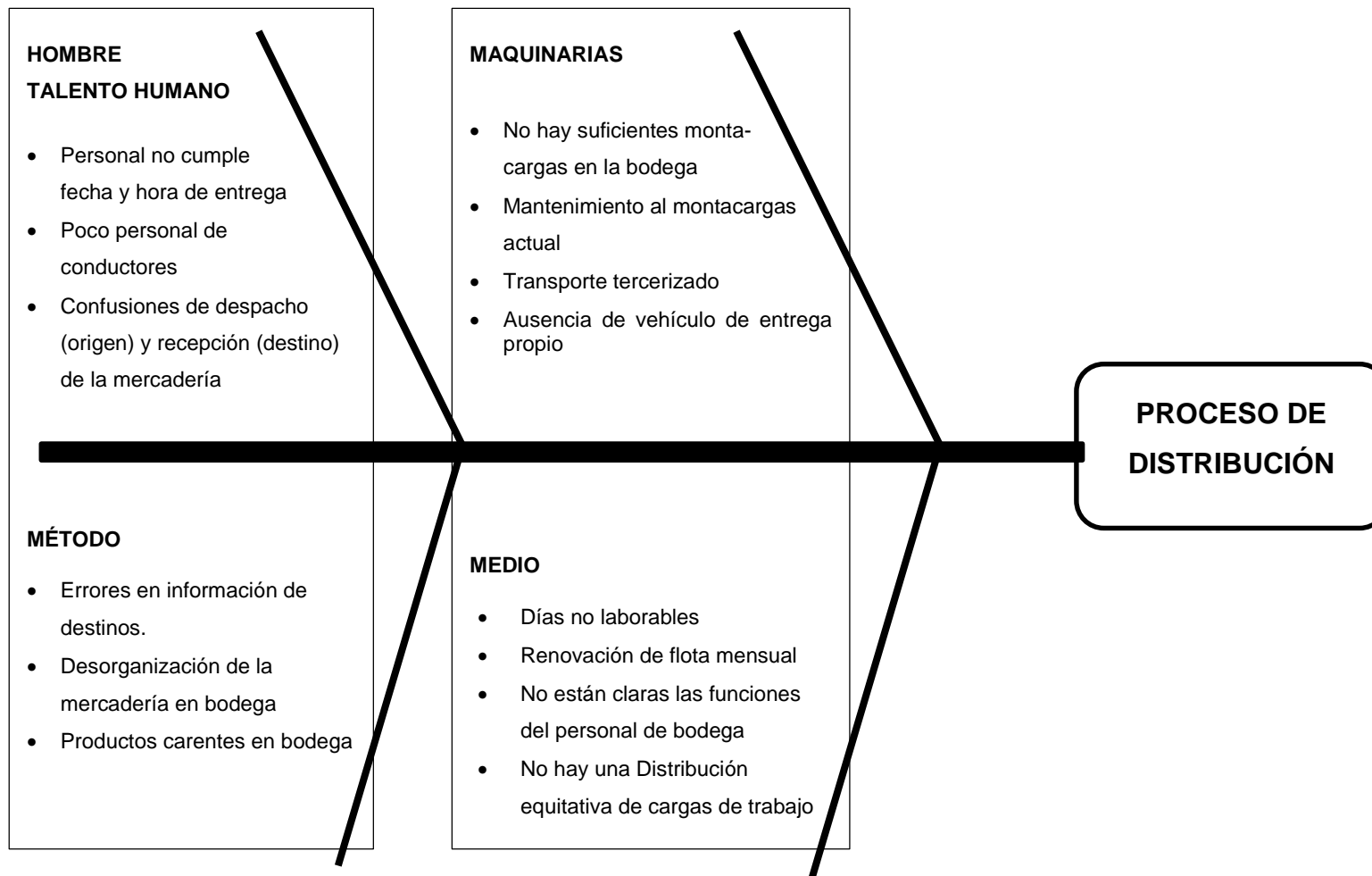


Gráfico 13: Diagrama Causa – Efecto
Fuente: Elaboración propia

Comandato S.A., al igual que muchas empresas establecidas no prestan mucha atención a la estrategia de distribución, tal vez sea porque piensan que la distribución es el movimiento de un producto físico de un lugar a otro y den por sentado que el trabajo es sencillo y no presentará mayores equivocaciones; pero en la práctica es diferente.

La distribución en sí, hoy más que nunca es además una estrategia de marketing, porque una gran estrategia de distribución y ejecución puede aumentar dramáticamente las ventas pro la buena fama que con la que se llega a reconocer a la empresa que da un buen servicio. Un canal de bajo rendimiento puede hacer lo contrario, en el caso particular de Comandato S.A. ha llevado a que se cometan los siguientes errores:

- Falta un montacargas para realizar el trabajo de bodega
- Los empleados se quejan de no alcanzarse con el trabajo
- Entregas tardías e incompletas
- Relación tensa con el comprador
- Falta de comunicación entre los trabajadores de Comandato S.A.

En base a los análisis y estudios realizados y mostrados en los capítulos anteriores se puede deducir que los problemas que tiene la empresa Comandato S.A. en el proceso de distribución son los siguientes

- Verificación antes de salir a entregar el producto para evitar problemas de no encontrarse el cliente o no tener a la mano el respectivo comprobante.
- El personal de entrega e instalación no tiene un buen trato hacia el cliente por falta de capacitación, existen en algunos trabajadores problemas de actitud.

4.2. PLAN DE MEJORAS

Aspectos a considerar

El plan de mejoras que se propone tiene cinco aspectos fundamentales a considerar:

- Contratación de dos nuevos trabajadores para el área de bodega y entrega de mercadería
- Cursos de capacitación a los empleados:
 1. Atención al cliente
 2. Administración eficiente de bodegas
- Adquirir un montacargas Caterpillar Modelo GP30 NM- GL
- Adquirir una camioneta Chevrolet D-MAX 4x4 High Country
- Una cadena de funciones

A continuación se detalla por medio de la Técnica 5W2H en detalle el porqué de las recomendaciones del plan de mejoras.

	¿Qué?	¿Por qué?	¿Dónde?	¿Quién?	¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Cuánto?
1	Contratación de dos nuevos trabajadores para el área de bodega y entrega de mercadería	El retraso en las entregas se genera en parte porque los dos trabajadores actuales no se alcanzan con el despacho de las mercaderías	Comandato S.A. sucursal La Alborada	Administrador Jefe de Bodega	12 de agosto del 2019	Por medio de la página de socio empleo solicitando personal calificado en bodega y con licencia de conducir tipo "C"	Sueldo por cada empleado \$ 500.00 Total \$ 1000.00 mensual
2	Cursos de capacitación a los empleados: Atención al cliente Administración eficiente de bodegas	Los empleados necesitan conocer a importancia del buen trato al cliente porque representa a una empresa de prestigio como lo es Comandato S.A.	Escuela Politécnica Nacional	Jefe de Bodega Auxiliar de Tienda	19 de agosto del 2019	Atención al cliente: Sistema presencial de 17:00 A 21:00 (lunes a jueves) del 19 al 22 de agosto Administración eficiente de bodegas: Sistema presencial de 17:00 A 21:00 (lunes a jueves) del 31 al 31 de agosto	\$ 125,00 por persona cada curso, al ser 4 empleados y dos cursos, el valor total es: Total \$ 1000.00
3	Adquirir un montacargas Caterpillar Modelo GP30 NM- GL	Existe solo un montacargas en la bodega, lo cual no abastece, en muchas ocasiones está ocupado y hay que esperar a que se	Mi Flota	Administrador Jefe de Bodega	26 de agosto	Adquisición en la empresa Mi Flota 1800-MIFLOTA (643568) - (04) 2596006	\$ 24000.00

		desocupe para realizar una tarea, lo cual hace perder mucho tiempo					
4	Adquirir una camioneta Chevrolet D-MAX 4x4 High Country	Se contrata una empresa de entrega que muchas veces no se abastece o no llega al horario acordado, por cumplir una ruta.	Concesionaria Chevrolet	Administrador Jefe de Bodega	9 de septiembre	Compra en Concesionaria Chevrolet de la A. Pedro Menéndez Gilbert	\$ 35999.00
5	Una cadena de funciones	Los empleados deben tener claro cuál es su función dentro del proceso de logística y entrega de artículos	Bodega	Jefe de Bodega Auxiliar de Tienda	2 Septiembre	En base a los conocimientos adquiridos se creará un manual donde se especifique las funciones de los empleados encargados de bodega y distribución	\$ 0.00
						TOTAL →	\$ 61999.00

Tabla 22. Tabla 5W2H
Elaborado por: Delgado, Marilin

4.3. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Comandato S.A., al ser una casa comercial reconocida en todo el país, necesita un eficiente servicio de distribución que agregue valor al producto adquirido por el consumidor, el mismo que al llegar en perfectas condiciones, a la hora acordada, ayuda a mantener o incrementar la satisfacción de los clientes que en la actualidad antes de adquirir un producto no solo se fijan en los precios, además priorizan la calidad del servicio que ofrecen los locales comerciales.

La encuesta realizada a los clientes de Comandato S.A., revelan que más del 77% de los clientes dice están satisfechos con las compras realizadas en Comandato S.A, sucursal La Alborada; sin embargo más del 54% de los clientes no están del todo satisfechos con la atención que se les ha brindado cuando han ido a adquirir un producto en la entrega del mismo. Se determina que la entrega a la hora determinada es primordial para los clientes, de la misma manera según la última pregunta realizada en la encuesta se concluye que agilizar el proceso de distribución es muy importante, demostrando que el tiempo de entrega es uno de los puntos débiles de esta casa comercial.

Se elaboró un plan de mejoras con los cinco aspectos fundamentales que incidan positivamente en la distribución y entrega de la mercadería, con el fin de lograr optimización de este servicio, destacando puntos como la contratación de nuevos trabajadores para que no se acumule el trabajo, capacitación al personal de bodega y despacho, adquisición de un montacargas (solo hay uno y no se abastece) junto con una camioneta para aquellas entregas que tengan prioridad, y una cadena de funciones que ayude a la organización del departamento.

Recomendaciones

La empresa Comandato S.A. ya tiene un nombre y reconocimiento en el mercado, por lo cual, lo que la diferenciará de sus competidores serán los pequeños detalles, a los que debe prestar mucha atención como es el sistema de entrega y distribución de productos, una vez regulado este punto, se pueden hacer distintas estrategias de marketing garantizando la entrega puntual de los artículos.

Realizar encuestas a los clientes de la sucursal, es importante para reconocer su conformidad en lo que respecta a servicio al cliente, de igual manera sería pertinente hacerla a cada filial y al mismo tiempo por departamentos cada periodo de seis meses, con miras a lograr una mejora continua para la competitividad que se exige a las grandes empresas en la actualidad.

Los puntos que se han recomendado dentro del plan de mejoras, deben mantenerse y fortalecerse, es decir, realizar el respectivo mantenimiento de la camioneta y montacargas, mantener la capacitación continua de empleados, que es crucial para que den un servicio digno, como el cliente se merece, además de delimitar las funciones de cada empleado según el administrador lo crea conveniente.

Bibliografía

- Acosta, D. (2015). *Metodologías de análisis para la investigación de mercados*. España: Elearning S.L. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=2GJWDwAAQBAJ&pg=PA27&dq=METODO+CUALITATIVO+CUANTITATIVO&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj66r78iJzhAhXIqFkKHWqVD9IQ6AEILjAB#v=onepage&q=CUALITATIVO&f=false>
- Álvarez, Z. (9 de Octubre de 2014). *La importancia del servicio de entrega a domicilio*. Obtenido de <https://3cero.com/servicio-entrega-domicilio/>
- Anaya Tajero, J. J. (2015). *Logística integral. La gestión operativa de la empresa. Quinta edición*. Madrid: ESIC Editorial. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=jod5CgAAQBAJ&pg=PA143&dq=distribucion+logistica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjlleOv3aXiAhUlpFkKHcmHDmIQ6AEINzAD#v=onepage&q=distribucion%20logistica&f=false>
- Asamblea del Ecuador. (2008). *Constitución Política de la República del Ecuador*. Montecristi: Asamblea del Ecuador.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2005). *Ley Organica de Defensa del Consumidor*. Montecristi: Asamblea Nacional del Ecuador.
- Ayala, J. M. (2015). *Gestión de Compras*. México: Editex. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=BGVeDAAAQBAJ&pg=PA12&dq=distribuci%C3%B3n+y+logistica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjsx7P1z9riAhUi0FkKHb84CiQQ6AEILDAB#v=onepage&q=distribuci%C3%B3n%20y%20logistica&f=false>
- Barragán, A. (4 de Marzo de 2014). Obtenido de <http://www.pymerang.com/logistica-y-supply-chain/logistica/distribucion/cadena-de-distribucion/510-la-calidad-logistica>
- Barragán, V., & Terceros, I. (2017). *Radios, redes e internet para la transformación social*. Quito: CIESPAL. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=XnM7DwAAQBAJ&pg=PA58&dq=%22ALCANCE+DESCRIPTIVO%22&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiXxaeC7pPhAhXB1FkKHe1EA50Q6AEIJzAA#v=onepage&q=%22ALCANCE%20DESCRIPTIVO%22&f=false>

Bedor Carpio, D. E. (2016). *Modelo de gestión logística para la optimización del proceso de bodega de producto terminado en la empresa industria ecuatoriana de cables Incable S.A. de la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4549/1/T-UCSG-POS-MAE-108.pdf>

Bernal, P. (12 de Mayo de 2018). *¿Por qué muchos consideran pésimo el servicio al cliente en Latino América?* Obtenido de <https://latinamericanpost.com/es/21077-por-que-muchos-consideran-pesimo-el-servicio-al-cliente-en-latino-america>

Business School. (2 de Febrero de 2016). *La globalización: consecuencias en el área logística*. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/la-globalizacion-consecuencias-en-el-area-logistica/>

Castellanos Ramírez, A. (2015). *Logística Comercial Internacional*. Colombia: ECOE Ediciones. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=-7-QCgAAQBAJ&pg=PA81&dq=Logistica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi-stS419riAhWLv1kKHbzFDe8Q6AEIJzAA#v=onepage&q=Logistica&f=false>

Castro Reyes, A. (Febrero de 2015). *Recolección de datos*. Obtenido de <https://melpe025.files.wordpress.com/2015/03/lasfichas-amycastro14215.pdf>

Centro Europeo de Postgrado. (8 de Noviembre de 2018). *Qué es la medición de la satisfacción del cliente*. Obtenido de

<https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-medicion-de-la-satisfaccion-del-cliente.html>

Comandato S.A. (11 de Marzo de 2016). *La empresa*. Obtenido de <https://www.comandato.com/empresa>

Comunicación Moldtrans. (7 de Abril de 2015). *Los orígenes del comercio y el transporte de mercancías*. Obtenido de <https://www.moldtrans.com/los-origenes-del-comercio-y-transporte-de-mercancias/>

Comunicación Moldtrans. (29 de Mayo de 2015). *Orígenes y evolución del transporte internacional de mercancías*. Obtenido de <https://www.moldtrans.com/origenes-y-evolucion-del-transporte-internacional-de-mercancias/>

Cono Olivos, P., Orue Carrasco, F., Martínez Flores, J. L., Mayett Moreno, Y., & López Nava, G. (6 de Febrero de 2014). *Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México*. Obtenido de <http://www.cya.unam.mx/index.php/cya/article/download/8/8>

Del Río, J. F. (20 de Noviembre de 2014). *Tipos de métodos (inductivo, deductivo, analítico, sintético, comparativo, dialéctico, entre otros)*. Obtenido de <https://sites.google.com/site/tectijuanafi/unidad-ii/2-3-tipos-de-metodos-inductivo-deductivo-analitico-sintetico-comparativo-dialectico-entre-otros>

Díaz Fernández, M. J. (2014). *Atención básica al cliente*. Madrid: CEP. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=0upCDwAAQBAJ&pg=PA68&dq=Insatisfacci%C3%B3n+de+los+clientes&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjJ2309viAhUQ11kKHeo6CGYQ6AEINzAD#v=onepage&q=Insatisfacci%C3%B3n%20de%20los%20clientes&f=false>

Equipo de tutores. (12 de Noviembre de 2015). *Atención eficaz de quejas y reclamaciones*. s.c.: Elearning. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=eC9WDwAAQBAJ&pg=PA63&dq=insatisfacci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiN4qCk5>

4zhAhWBUvkkHQOUDeWQ6AEIMjAC#v=onepage&q=insatisfacci%C3%B3n&f=false

Escudero Serrano, m. J. (2014). *Logística de Almacenamiento*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=AnC6AwAAQBAJ&pg=PA2&dq=Logistica&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi-stS419riAhWLv1kKHbzFDe8Q6AEIMzAC#v=onepage&q=Logistica&f=false>

Escudero Serrano, M. J. (2017). *Comunicación y atención al cliente. Segunda Edición*. España: Gráficas Eujoa. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=mdXLDgAAQBAJ&pg=PA230&dq=Insatisfacci%C3%B3n+de+los+clientes&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjJqJ2309viAhUQ11kKHeo6CGYQ6AEILDAB#v=onepage&q=Insatisfacci%C3%B3n%20de%20los%20clientes&f=false>

Fernández Verde, D., & Fernández Rico, E. (2017). *Comunicación Emprearial y Atención al Cliente. Segunda Edición*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=kAMoDwAAQBAJ&pg=PA220&dq=Cliente&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwi5uNvAw_DgAhVkhq0KHWURDUEQ6AEIJzAA#v=onepage&q=Cliente&f=false

Gastalver Robles, M. C. (2013). *Gestión de Atención al Cliente/Consumidor*. España: Elearning S.L. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=QV9WDwAAQBAJ&pg=PA124&dq=Insatisfacci%C3%B3n+de+los+clientes&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjJqJ2309viAhUQ11kKHeo6CGYQ6AEIMjAC#v=onepage&q=Insatisfacci%C3%B3n%20de%20los%20clientes&f=false>

González Molina, P. (Enero de 2017). *Proceso de gestión de unidades de información y distribución turísticas*. San Millán: Tutor Información. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=Z-U7DwAAQBAJ&pg=PA2&dq=Proceso+de+distribuci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjqolz->

2ozhAhXMtlkKHbpsAyUQ6AEIJzAA#v=onepage&q=distribuci%C3%B3n&f=false

González, F., Escoto, M. d., & Joanna, C. (2017). *Estadística Aplicada en Psicología y Ciencias de la Salud*. México D.F.: El manual Moderno S.A. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=c75ZDwAAQBAJ&pg=PR4&dq=%22ALCANCE+correlacional%22&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwihwPKQ8JPhAhVCi1kKHZB3DqlQ6AEIJzAA#v=onepage&q=%22ALCANCE%20correlacional%22&f=false>

Guacho Dutan, J. K., & Moran Litardo, A. N. (2018). *Aplicación de la logística inversa en los procesos logísticos en Guayaquil de la empresa Comandato S.A.* Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/30213/1/TESIS%20JENIFER%20GUACHO-ANGELA%20MORAN.pdf>

Gutiérrez González, E., & Vladimirovna Panteleeva, O. (2016). *Estadística Inferencial para Ingeniería y Ciencias 1*. México: Grupo Editorial Patria. Obtenido de

<https://books.google.com.ec/books?id=3hYhDgAAQBAJ&pg=PA10&dq=muestreo+aleatorio+simple&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjxt5TJxIXjAhUJrlkKHaoXCFEQ6AEIJzAA#v=onepage&q=muestreo%20aleatorio%20simple&f=false>

Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México DF: McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación. Sexta Edición*. México D.F.: McGraw-Hill. Obtenido de

https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf

Kauffman González, S. H. (Enero de 2013). *www.uv.mx*. Obtenido de <http://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/empresas2001-1.pdf>

- Lasa-Aristu, A., & Amor, P. J. (20 de Mayo de 2013). *La importancia de la argumentación en los trabajos de investigación*. Obtenido de <https://www2.uned.es/maltrato/inves/APA/EstiloCientifico3R.pdf>
- Loor Escalante, D. H., & Delgado Cepeda, M. G. (2016). *Análisis de procesos en la logística de salida (planificación y distribución del producto terminado) de la empresa CDE y el diseño de modelo logístico de gestión*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/16072/1/TESIS%20PROCESOS%20LOGISTICA%20DE%20SALIDA.pdf>
- Maldonado, J. Á. (22 de Mayo de 2015). *Cultura de servicio al cliente*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/cultura-de-servicio-al-cliente/>
- Martínez, C. (21 de Septiembre de 2017). *lifeder.com*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/observacion-indirecta/>
- Martínez, S. (2 de Septiembre de 2014). *Estadística*. Obtenido de <http://estadistica.blogspot.com/2014/09/estadistica-definiciones-1.html>
- Matus, D. (25 de Mayo de 2017). *El iPhone SE tiene a sus clientes felices*. Obtenido de <https://es.digitaltrends.com/celular/satisfaccion-cliente-eeuu-lista/>
- Molina Londoño, D. O., & Becerra Duque, Ó. E. (2015). *Propuesta de Mejora para el Proceso de Distribución de la Empresa XYZ*. Cali: Universidad ECESI. Obtenido de https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/78668/1/propuesta_proceso_distribucion.pdf
- Molina, J. D. (2015). *Planificación e implementación de un modelo logístico para optimizar la distribución de productos publicitarios en la empresa Letreros S.A.* Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/10267/1/UPS-GT001298.pdf>

Morales, L. (2 de Mayo de 2018). *Canal de distribución*. Obtenido de <https://terminosesconomicos.win/canal-de-distribucion/>

Núñez Rodríguez, H. M. (2015). *Educación de Corte Empresarial en el marcod e la Globalización*. México DF: Universidad nacional Autónoma de México. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=ZoQJDgAAQBAJ&pg=PA2&dq=globalizaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj0OWqtdviAhVmvFkKHeQNDn4Q6AEIPTAE#v=onepage&q=globalizaci%C3%B3n&f=false>

Palomo Martínez, M. (2017). *Técnicas de comunicación en restauración. Segunda edición*. España: Montytexto. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=HYmKDgAAQBAJ&pg=PA64&dq=satisfacci%C3%B3n+de+los+clientes&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwityZj619viAhWNwFkKHQnkBo8Q6AEIJzAA#v=onepage&q=satisfacci%C3%B3n%20de%20los%20clientes&f=false>

Patiño, D. (9 de Enero de 2013). *Servicio de entrega, más importante que el producto*. Obtenido de <http://t21.com.mx/logistica/2013/01/09/servicio-entrega-mas-importante-que-producto>

Quintero, A. K., & Dotomayor, J. M. (2018). *Propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa Tramacoexpress Cia. Lda del Cantón Durán*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28590/1/TESIS%20Qui%20ntero-Sotomayor.pdf>

Real Academia Española. (12 de Noviembre de 2015). *Satisfacciòn*. Obtenido de <http://lema.rae.es/drae2001/srv/search?id=PR86p7lwWDX2aVJHdLh>

Real Academia Española. (5 de Marzo de 2019). *Entrega*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=FlnHCaB>

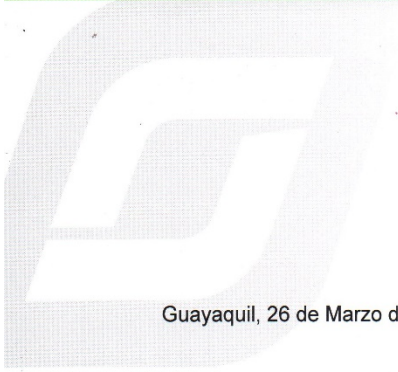
- Rohbeck, J. (2018). *Globalización e historia*. Technische Universität Dresden. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/dianoia/v63n80/0185-2450-dianoia-63-80-119.pdf>
- RPP Noticias. (27 de Enero de 2016). *¿Qué es una tesis doctoral y cuál es su importancia?* Obtenido de <https://rpp.pe/lima/actualidad/que-es-una-tesis-doctoral-y-cual-es-su-importancia-noticia-933131>
- Rubio Guerrero, G. (Diciembre de 2014). *La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)**. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a06.pdf>
- Ruiz, D., Almaguer, R., Torres, I., & Hernández, A. (Marzo de 2014). *La gestión por procesos, su surgimiento y aspectos teóricos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1815/181529929002.pdf>
- Sánchez Benavides, Ó. (2017). *La Inevitable globalización*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=bRmNDwAAQBAJ&pg=PT43&dq=globalizacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiR1fjYs9viAhVJvFkKHTTIDKkQ6AEILTAB#v=snippet&q=globalizaci%C3%B3n&f=false>
- Sánchez, J. (18 de Febrero de 2016). *Servicio*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/servicio.html>
- Universidad de las Américas. (2 de Septiembre de 2015). *www.udla.cl*. Obtenido de <http://www.udla.cl/portales/tp9e00af339c16/uploadImg/File/fichas/Ficha-07-cuestionario1.pdf>
- Zapata Mora, B. (26 de Abril de 2018). *Atención al cliente con falencias en Ecuador*. Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/04/26/nota/6731814/acion-cliente-falencias-ecuador>

ANEXOS

Anexo 1

Carta de aceptación de la Empresa

www.comandato.com



Guayaquil, 26 de Marzo de 2019

Luis Alberto Renteria Macias en mi calidad de Jefe de Almacén(Sucursal Alborada) de la empresa COMANDATO S. A., tengo a bien dirigirme a ustedes para darles a conocer lo siguiente:

La estudiante egresada MARILIN AUXILIADORA DELGADO MIENTES, portadora de la cédula de ciudadanía N° 0919423137, viene realizando la aplicación de su proyecto de investigación cuya finalidad permitirá reducir la insatisfacción de los clientes en el proceso de distribución de electrodomésticos al momento del despacho.

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.

COMANDATO
REGISTRAR CLIENTES
Atentamente
LUIS RENTERIA
Comandato S.A.
C.I. 0918642265

COMANDATO ALBORADA
2248381 2235124

Oficina principal:
Dr. Elias Muñoz Vicuña y Av. Carlos Luis Plaza Dañín. Telf.: (593-4) 2296300
División Transporte S.A. Telf.: (593-4) 2286561
Servicio al Cliente: 1800 COMANDATO (266263)
Guayaquil • Ecuador

 **COMANDATO**
Siempre más

Anexo 2

Ventas realizadas por Comandato S.A., Sucursal La Alborada

comandato

File Edit Options Send Receive Window Help

C.G POS-COMANDATO Fecha: 2019-07-10

Ventas por Vendedor-Marca

Por Region/Almacen (R/A): Almacen Tipo: T Todos

Almacen: 4 ALBORADA Desde: 2019-01-01 Hasta: 2019-06-30

Cod.	Nombre del Vendedor	Unid.	Total Venta	Prct
10819	MARIO ENRIQUE NARANJO RUIZ	928	323,844.18	23.86%
7783	QUINTERO ESCOBAR JOSE ANTONIO	1,073	298,388.71	21.99%
2564	CABEZAS CHALCO OLGA DEL ROCIO	891	269,274.63	19.84%
2684	TAMAYO CRESPO GILDA MARCELA	506	238,692.85	17.59%
1400	GERENCIA	2,016	122,728.43	9.04%
10074	CAJAS FAJARDO JOSUE	308	87,941.97	6.48%
10141	ARIANA DENNISE MARINO RODRIGU	52	16,098.34	1.19%
8344	RENTERIA MACIAS LUIS ALBERTO	3	3,074.65	0.23%
11490	BRITO JORDAN ADRIAN JOEL	1	1.00	0.00%
9115	ALCIVAR MIELES CARLOS ALBERTO	1	0.63	0.00%
7140	ROSAS GONZALEZ MOISES EDUARDO	1	0.63	0.00%

1 de 16

<Enter> Detalle por Marca <Esc> Salir

TOTAL: 1,357,194.93

VT220 TCP/IP 10.40 0000

Anexo 3

Logotipo



Anexo 4

Misión y Visión

MISIÓN

Facilitamos bienes, servicios y asesoría para el bienestar de las familias ecuatorianas, colaboradores, accionistas y la comunidad.

VISIÓN

Ser la cadena de almacenes preferida del mercado, generando bienestar y una experiencia de compra memorable.

Anexo 5

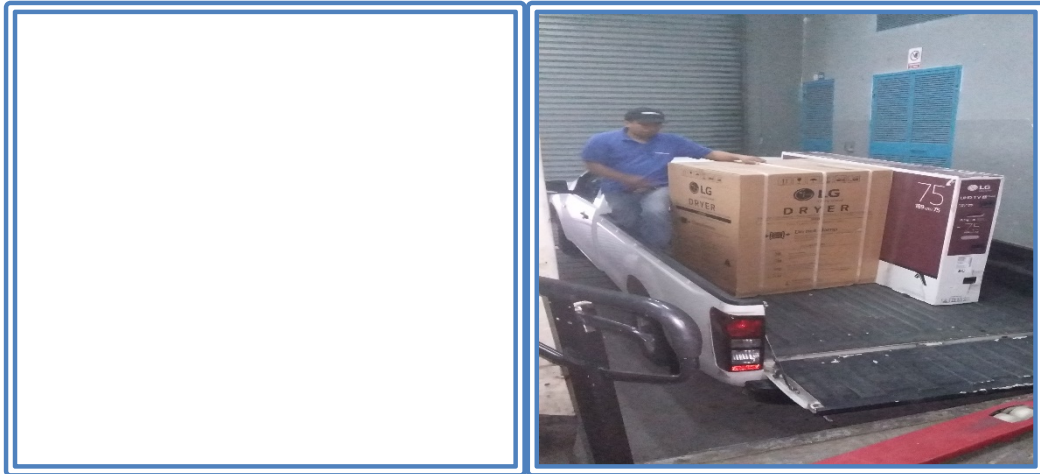
Fotos



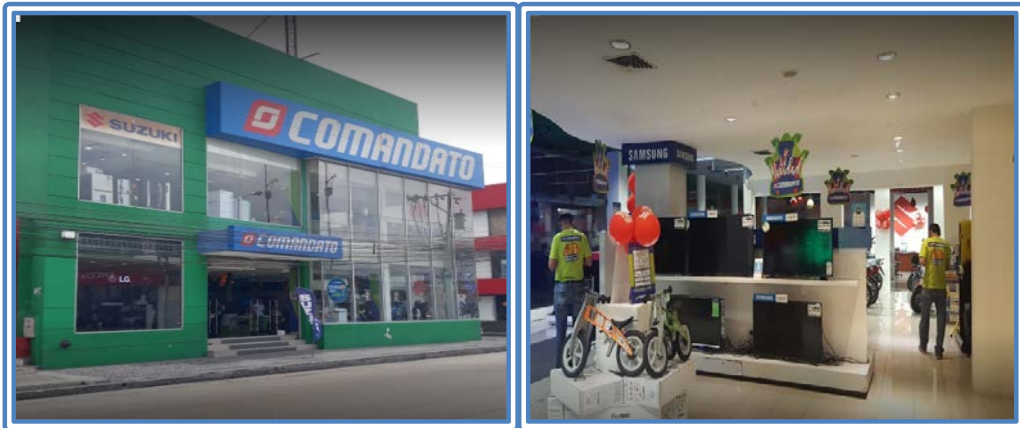
Electrodomésticos para exhibición



Electrodomésticos en proceso de distribución



Transportación



Exterior e Interior de la sucursal Alborada



En la derecha Sra. Marilin Delgado y en la izquierda el Admr. Luis Rentería

Anexo 6

Entrevista dirigida a trabajadores de Comandato S.A.

- 1. ¿Cree que la Comandato S.A. se ha renovado con el pasar de los años?**

- 2. ¿A qué cree que se deba la popularidad de Comandato S.A.?**

- 3. ¿Considera que la atención al cliente es uno de los puntos fuertes o débiles de esta empresa?**

- 4. ¿Qué tan complicado es cambiar procesos que llevan años aplicándose; pero hay que renovarlos?**

- 5. Cree que un plan de mejoras al proceso de distribución optimizará esta área de la empresa.**

Anexo 7

Entrevista dirigida a Administrador de Comandato S.A.

- **Según su propia perspectiva y análisis en los últimos años la empresa se ha mantenido, ha crecido su margen de utilidad o disminuido y ¿por qué?**

- **Explique el proceso de distribución de la empresa de forma detallada, desde la venta, la salida del artículo de la bodega, envío y llegada del artefacto al cliente**

- **¿Cuáles son los errores o fallas más comunes en el proceso de distribución?**

- **¿Cómo calificaría el orden y la logística de la Bodega de su sucursal de Comandato S.A. y qué mejoras propondría?**

- **¿Cuáles son los problemas más frecuentes que se suscitan al realizar la documentación o papeleo de la venta de un artículo que debe entregarse a domicilio y por qué se dan?**

- **Si estuviera en sus manos ¿Qué cambiaría en el proceso desde que se realiza una venta hasta la distribución entrega del producto?**

- **Cree que la solución propuesta por usted sería muy costosa y difícil de realizar o económica y factible y ¿por qué?**

Anexo 8

Encuesta dirigida a clientes de Comandato S.A.

Instrucciones:

Lea detenidamente cada una de las preguntas, escriba una “x” en su respuesta.

1 Totalmente de acuerdo

4 En desacuerdo

2 De acuerdo

5 Totalmente en desacuerdo

3 Indiferente

#	ITEMS	1	2	3	4	5
1	¿Acostumbra comprar todos los electrodomésticos en la misma casa comercial?					
2	¿Está satisfecho con las compras realizadas en Comandato S.A., sucursal Alborada?					
3	¿La atención de Comandato S.A. cubre sus expectativas?					
4	¿Cree que Comandato S.A. se muestra como una empresa muy organizada que atiende bien a sus clientes?					
5	¿Cree que los costos de Comandato S.A., son competitivos en comparación con otras casas comerciales?					
6	¿Cree que la garantía de Comandato S.A. debe incluir defectos ocasionados en la entrega del electrodoméstico?					
7	¿Cree que las empresas además de vender buenos productos, deben prestar atención a la calidad de los servicios?					
8	¿Se siente satisfecho del(os) artículo(s) adquiridos en Comandato S.A.?					
9	¿Cree que Comandato S.A. debe prestar especial atención en la distribución de los electrodomésticos para no atrasarse?					
10	¿Estaría de acuerdo con que se agilite la entrega de electrodomésticos en Comandato S.A.?					



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología

**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 un plan de mejoras al proceso de distribución en la empresa Comandato S.A."**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo mejorar el proceso de distribución de electrodomésticos para reducir la insatisfacción de los clientes de la empresa Comandato S.A., sucursal Alborada, ubicada en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, durante el periodo 2019?** El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Egresada:

Delgado Muentes Marilyn Auxiliadora

Tutor:

MSc. Ismelis Castellanos López



Instituto Superior
**Tecnológico
Bolivariano**
de Tecnología



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Delgado Muentes Marilin Auxiliadora**, en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación "**Propuesta de un plan de mejoras al proceso de distribución en la empresa Comandato S.A.**", en la ciudad de Guayaquil, de la modalidad 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 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*.

Marilin Auxiliadora Delgado Muentes

Nombre y Apellidos del Autor


Firma

No. de cédula: **091942313-7**


Dr. Jaime Pazmiño Palacios, M.Sc.
NOTARIO SÉPTIMO DEL
CANTÓN GUAYAQUIL

CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



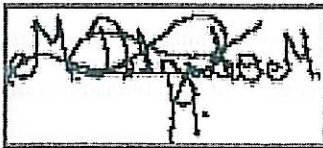
Número único de identificación: 0919423137

Nombres del ciudadano: DELGADO MUENTES MARILIN ANTONIA

Condición del cedulado: CIUDADANO

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

Fecha de nacimiento: 4 DE FEBRERO DE 1986



Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BACHILLERATO

Profesión: BACHILLER

Estado Civil: CASADO

Cónyuge: CEPEDA AVILA JUAN GABRIEL

Fecha de Matrimonio: 17 DE ENERO DE 2017

Nombres del padre: DELGADO OMAR EUCLIDES

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: MUENTES NILA CASILDA

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 23 DE ENERO DE 2017

Condición de donante: SI DONANTE

Handwritten signature and stamp: DOY FE: QUE ES FIEL COPIA DEL ORIGINAL. Dr. Jaime Pazmiño Palacios, Msc. NOTARIO SÉPTIMO DEL CANTÓN GUAYAQUIL

Información certificada a la fecha: 28 DE AGOSTO DE 2019

Emisor: PAULINA VICTORIA PAZMIÑO JORDAN - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 7 - GUAYAS - GUAYAQUIL

N° de certificado: 191-255-13362



191-255-13362

Handwritten signature of the Director General.

Lcdo. Vicente Taiano G.

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente





20190901007D00492



Factura: 001-003-000013085

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190901007D00492

Ante mí, NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS de la NOTARÍA SÉPTIMA , comparece(n) MARILIN AUXILIADORA DELGADO MIENTES portador(a) de CÉDULA 0919423137 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 DE LA SEÑORA MARILIN AUXILIADORA DELGADO MIENTES, 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 Notaría, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 28 DE AGOSTO DEL 2019, (10:47).



M. Delgado M.
MARILIN AUXILIADORA DELGADO MIENTES
CÉDULA: 0919423137

Jaime T. Pazmiño Palacios

NOTARIO(A) JAIME TOMMY PAZMIÑO PALACIOS
NOTARÍA SÉPTIMA DEL CANTÓN GUAYAQUIL
Dr. Jaime T. Pazmiño Palacios, Msc.
NOTARIO SÉPTIMO
DEL CANTÓN GUAYAQUIL



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 Akatep

Nombre y Apellidos del Colaborador

CEGESCYT



Luis Alberto Akatep

Firma