



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:
TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**PROPUESTA DE MEJORA AL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN Y
DESPACHO PARA LA AGENCIA MOTO ZONE TUNDRA DE LA
EMPRESA CRÉDITOS ECONÓMICOS, UBICADA EN EL PARQUE
CALIFORNIA CANTÓN DE GUAYAQUIL**

Autora: Delgado Macías Mercy Paola

Tutor: MSc. Ismelis Castellanos López

Guayaquil, Ecuador

2020

DEDICATORIA

Le agradezco principalmente a Dios, por darme las fuerzas necesarias para continuar con este proceso.

A mi madre, mis hermanos (a) por ser parte de mi formación tanto profesional y como ser humano, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí.

A mis hijos gracias a su amor, paciencia y esfuerzo que me han permitido llegar a cumplir hoy un sueño más.

Mercy Paola Delgado Macías

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento al Instituto Superior Universitario Bolivariano de Tecnología y a todas las autoridades, por permitirme concluir con una etapa de mi vida, gracias por la paciencia y orientación.

También hago extenso este reconocimiento a mi tutor MSc. Ismelis Castellanos López por sus conocimientos recibidos en el desarrollo de esta investigación.

Finalmente quiero agradecer a todas mis amigas, por apoyarme cuando más las necesité, por extender su mano en momentos difíciles.

Mercy Paola Delgado Macías



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Propuesta de mejora al proceso de distribución y despacho para la agencia moto zone Tundra de la empresa Créditos Económicos, ubicada en el parque California cantón de Guayaquil.

Autor: Delgado Macías Mercy Paola

Tutor: MSc. Ismelis Castellanos López

RESUMEN

En el presente trabajo se planteó como objetivo identificar las falencias que provocan el retraso en los procesos de distribución y despacho en la empresa Créditos Económicos agencia Moto Zone Tundra ubicada en el cantón Guayaquil parque California. Utilizando los métodos de investigación explicativo, descriptivo, explorativo se identificó de forma clara la problemática existente en estas áreas, para la interpretación de resultados se utilizó como instrumento de recolección de datos una encuesta planteada a los clientes con la finalidad de identificar el retraso que se provoca en los procesos , con la ayuda del modelo causa y efecto se elaboraron planes de acción para lograr los objetivos planteados y reducir los tiempos que provocaban la insatisfacción en los clientes.

Logística

Plan de

Distribución

Despacho



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Propuesta de mejora al proceso de distribución y despacho para la agencia moto zone Tundra de la empresa Créditos Económicos, ubicada en el parque California cantón de Guayaquil.

Autor: Delgado Macías Mercy Paola

Tutora: MSc. Ismelis Castellanos López

ABSTRACT

In the present work, the objective was to identify the shortcomings that cause the delay in the distribution and dispatch processes in the company Credits Economicos, Moto Zone Tundra agency located in the Guayaquil park California canton. Using explanatory, descriptive, and explorative research methods, the existing problems in these areas were clearly identified, for the interpretation of results, a survey was used as a data collection instrument for clients in order to identify the delay that occurred. causes in the processes, with the help of the cause and effect model, action plans were developed to achieve the objectives set and reduce the times that caused dissatisfaction in customers.

Logistics

Action plan

Distribution

Office

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	páginas:
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de aceptación del tutor.....	iv
Cláusula de autorización para la publicación de trabajos de titulación.....	v
Certificación de aceptación del cegescit.....	ix
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
Índice general.....	xii
Índice de cuadros.....	xv

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Ubicación del problema en un contexto.....	2
1.3. Situación conflicto.....	2
1.3.1. Formulación del problema.....	3
1.3.2. Variables de la investigación.....	3
1.3.3. Delimitación del problema.....	3
1.4. Objetivos de la investigación.....	4
1.4.1. Objetivo general.....	4
1.4.2. Objetivos específicos.....	4
1.5. Justificación e importancia.....	4
1.5.1. Conveniencia.....	5

1.5.2. Relevancia social	5
1.5.3. Implicaciones prácticas	5
1.5.4. Valor teórico.....	6
1.5.5. Utilidad metodológica.....	6

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica.....	7
2.1.1. Antecedentes históricos	7
orígenes de la logística	7
evolución de la logística	8
2.1.2. Antecedentes referenciales.....	9
2.1.2.1. Concepto de la logística.....	11
2.1.2.2. Tipos de logística	12
2.1.2.2.1. Logística de aprovisionamiento.....	12
2.1.2.2.2. Logística de distribución.....	13
2.1.2.2.3. Logística de producción	13
2.1.2.2.4. Logística inversa	14
2.1.2.3. Rol de la gestión logística en el servicio al cliente	14
2.1.2.4. Importancia de la logistica.....	15
2.1.2.5. Definición de proceso en la logística.....	15
2.1.2.6. Elaboración de un plan logístico	16
2.1.2.7. Optimización de tiempos en procesos de distribución	17
2.2. Fundamentación legal.....	18
2.3. Variables de investigación conceptualización	19
2.4. Definiciones conceptuales	22

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Presentación de la empresa	25
3.2. Diseño de la investigación	29
3.2.1. Tipos de investigación	30
población	31
3.4. Muestra	31
3.5. Métodos y técnicas de investigación.....	33

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta.....	36
4.2. Diagrama de ishikawa.....	46
4.3. Plan de acción 5w2h.....	47
4.4. Análisis costo beneficio.....	51
conclusiones	52
recomendaciones.....	53
bibliografía	54
anexos	60

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Valores de la empresa	25
Cuadro 2: Plantilla de trabajadores.....	27
Cuadro 3: Clientes de CRECOSCOP S.A.....	28
Cuadro 4: Población	31
Cuadro 5: Visitas.....	36
Cuadro 6: Personal capacitado.....	37
Cuadro 7: Atención al cliente	38
Cuadro 8: Producto.....	39
Cuadro 9: Tiempo de entrega	40
Cuadro 10: Estado del producto	41
Cuadro 11: Cancelación de producto.....	42
Cuadro 12: Fidelidad	43
Cuadro 13: Servicio adecuado.....	44
Cuadro 14: Recomendaría la agencia.....	45
Cuadro 15: Plan de acción	47

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Ubicación de la empresa	2
Gráfico 2: Logotipo de la empresa	26
Gráfico 3: Visitas.....	36
Gráfico 4: Personal capacitado	37
Gráfico 5: Atención al cliente	38
Gráfico 6: Producto	39
Gráfico 7: Tiempo de entrega	40
Gráfico 8: Estado del producto.....	41
Gráfico 9: Cancelación de producto.....	42
Gráfico 10: Fidelidad.....	43
Gráfico 11: Servicio adecuado	44
Gráfico 12: Recomendaría la agencia.....	45
Gráfico 13: Diagrama de Ishikawa (causa y efecto).....	46
Gráfico 14: Organigrama	61

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema

Hoy en día la logística es tan importante en las empresas que cuentan con sus propias áreas específicas para su gestión, beneficiando a las empresas a posicionarlas en el mercado competitivo, manteniendo negocios solidos con sus proveedores y satisfaciendo las necesidades de sus clientes.

La logística tiene como objetivo generar valor mediante la rapidez de entrega de productos, calidad en la información y en los procesos de la cadena de suministros con la reducción de costes garantizando la seguridad de la empresa al otorgarles a sus clientes servicios y productos a mejor calidad y menor precio.

La logística es un área transversal donde se relaciona con todos los procesos de una empresa desde la producción hasta la distribución del producto, al estar implicada en muchos procesos obliga a aplicar nuevas ideas para poder seguir compitiendo en el mercado cada día más exigente (Iglesias López, 2017)

Siendo la logística tan fundamental en el ámbito empresarial, aún existen empresas que no adaptan sus procesos y sistemas en la cadena de la logística y no le dan su debida importancia, provocando incrementos de costes de producción, desperdicio de mano de obra, disminución de nivel de servicio, insatisfacción de los clientes y disminución en ventas.

La importancia de una buena gestión de la distribución adquiere su verdadera magnitud, la distribución física de productos tiene como

objetivo satisfacer las necesidades de abastecimiento de los clientes y el incumplimiento genera problemas directos en su satisfacción y fidelidad.

1.2. Ubicación del problema en un contexto

Es notorio que la logística de distribución en muchas empresas se encuentra en una etapa de cambios negativos por la carencia de una visión global en los procesos logísticos y de despacho, debido a las nuevas tecnologías los consumidores buscan servicios de calidad con tiempo de despacho óptimos.

Los problemas comunes que sufren las empresas se deben a los retrasos y devoluciones constantes de productos provocado por fallas en la gestión y optimización de rutas también el retraso en los centros de distribución por la falta de organización de los productos en sus bodegas, utilizando métodos rudimentarios en los procesos de distribución, y no adaptándose a herramientas tecnológicas que mejoren el trabajo (Palenzuela, 2016).

Todos esos problemas conllevan a la situación que la empresa sufra pérdidas económicas por la devolución de productos y la pérdida de clientes por el pésimo servicio ofrecido.

1.3. Situación conflicto

Gráfico 1 Ubicación de la empresa



Fuente: Google maps

La agencia Motor Zone Tundra de la empresa Créditos Económicos ubicada en el parque de California de la ciudad de Guayaquil muestra falencias en los tiempos de distribución y despacho en sus productos provocando el retraso de la entrega del producto a los clientes hasta en el doble de tiempo acordado generando reclamos por parte de los clientes insatisfechos por el servicio de la empresa que llegan hasta el punto de anular la venta.

1.3.1. Formulación del problema

¿Cómo mejorar el proceso de distribución y despacho para optimizar el tiempo de entrega a los clientes de la agencia Moto Zone Tundra en la Empresa Créditos Económicos, ubicada en el parque California de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, en el periodo 2020?

1.3.2. Variables de la investigación

Variable independiente: Proceso de distribución y despacho

Variable dependiente: Optimizar el tiempo de entrega a los clientes

1.3.3. Delimitación del problema

Campo: Logística

Área: Proceso de distribución

Aspectos: Optimización del tiempo de entrega de la mercadería a los clientes

Contexto: Empresa Créditos Económicos

Cantón: Guayaquil

Provincia: Guayas

Año: 2020

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Diseñar una propuesta de mejora al proceso de distribución y despacho para optimizar los tiempos de entrega a los clientes en la agencia Moto Zone Tundra de la Empresa Créditos Económicos, ubicada en el Parque California.

1.4.2. Objetivos específicos

- Revisar literatura especializada sobre Logística que fundamente el proceso de distribución y despacho en función de optimizar el tiempo de entrega a los clientes en las empresas comerciales.
- Examinar el estado actual del proceso de distribución y despacho y los tiempos de entrega a los clientes de la agencia Motor Zone Tundra de la empresa Créditos Económicos.
- Plantear mejoras al proceso de distribución y despacho que optimice los tiempos de entrega a los clientes en la agencia Motor Zone Tundra de la Empresa Créditos Económicos, ubicada en el Parque California.

1.5. Justificación e importancia

La logística siempre ha estado asociada a la actividad empresarial, el abastecimiento de las empresas es imprescindible para aumentar su competitividad en el mercado y cumplir con las exigencias de los clientes.

La importancia de la logística en las empresas radica en el hecho de abastecer de materiales y productos en periodos de tiempos cortos y ponerlo a la disposición del consumidor. Para ellos es imprescindible la gestión correcta del inventario para mantener siempre un producto en stock y disponible para el cliente.

Una excelente planificación logística en una empresa repercute de manera positiva en las finanzas de la empresa, al mantener productos en el lugar adecuado y el momento y condiciones que contribuyen a mejorar la rentabilidad empresarial.

En el despacho de los productos es imprescindible mantener inventarios siempre actualizados con el stock de los productos reales para evitar tener retrasos y problemas en la distribución de un pedido por falta de cierto producto, con el avance de la tecnología ese tema se puede mejorar utilizando un sistema informático que se encargue de gestionar el inventario de manera automática e indicar si algún producto está cerca de acabarse para su debido abastecimiento.

1.5.1. Conveniencia

En la presente investigación una correcta logística de distribución permitirá gestionar las actividades en el traslado del producto hacia los clientes y ayudando a identificar las falencias en este proceso que provoca el retraso en el despacho de los productos en la empresa.

1.5.2. Relevancia social

La importancia de esta investigación para nuestra sociedad se ve reflejada en la seguridad que obtendrá el cliente al adquirir un producto por parte de la empresa en excelentes condiciones y en el tiempo acordado, mejorando su calidad de atención al cliente y manteniendo la fidelidad de sus clientes.

1.5.3. Implicaciones prácticas

Al establecer los parámetros que originan el retraso en el despacho de los productos hacia los clientes, se organizaran los procesos logísticos con áreas de responsabilidad y normas al personal de la empresa con la finalidad de mejorar la satisfacción del cliente y generando un margen de seguridad para la empresa y para el cliente.

1.5.4. Valor teórico

Este proyecto busca mejorar los procesos de distribución y despacho aportando con sus conocimientos teóricos y manuales de procesos que mejoren el tiempo de almacenamiento, distribución y despacho en la empresa, cuya propuesta sirva como base en futuras investigaciones a mejorar el desempeño en el área de la logística empresarial.

1.5.5. Utilidad metodológica

Con la ayuda de las técnicas de obtención de información tanto cualitativa como cuantitativa se busca detectar las falencias en la empresa Créditos Económicos agencia Motor Zone Tundra en el área de despacho del servicio al cliente, obteniendo información mediante entrevistas y encuestas al personal de la empresa que gestiona dichos procesos con la finalidad de obtener conocimientos sobre los procesos logísticos que se aplican en la empresa y dar solución al problema descrito.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

2.1.1. Antecedentes históricos

Orígenes de la logística

La logística ha existido desde tiempos remotos donde los primeros grupos de humanos almacenaban suministros alimenticios en un periodo de tiempo en cuevas para tener aprovisionamiento en tiempo difíciles como el frío y largos inviernos.

El autor (Mora Garcia, 2016) menciona que:

“El término logística proviene del campo militar; está relacionado con la adquisición y suministro de los equipos y materiales que se requieren para cumplir una misión. Los ingenieros logísticos de las compañías siempre han coordinado la gestión de aprovisionamiento de los suministros y materiales y el reporte continuo de insumos para sus ejércitos, enfrentando las batallas sin contratiempos y con todo lo necesario para llevar a cabo exitosamente su misión.”p2.

Para las empresas la logística es una pieza fundamental en cualquier actividad económica, pero en los últimos años en cuando la logística se está apoderando de las estrategias de las empresas mejorando la economía y finanzas positivamente.

En situaciones de guerra la logística militar tomo un punto importante por su organización del movimiento de las tropas, alojamiento, transporte y aprovisionamientos de recursos y materiales.

Al culminar la época de guerra después de la Segunda Guerra Mundial el comercio entró en su apogeo y las industrias tomaron como referencia la logística militar para mejorar la producción industrial, esto llevo a aparición de la logística industrial. En los años 80 con la aparición de la globalización la logística tomo importancia con los tiempos de gestión de materiales y distribución (Reserva Frances , 2010).

Evolución de la logística

Para comprender la evolución de la logística con el tiempo se mostrará a continuación una línea de tiempo que explica los momentos importantes en la historia de la logística.

1950

Con la finalización de la Segunda Guerra Mundial las industrias comenzaron a producir mucho más producto del que podían distribuir, teniendo dificultades en los tiempos de entregas (Mora Garcia, 2016).

1955

Debido a la demanda del cliente por un mejor servicio, se mejoró el desempeño de la logística para mejorar la calidad y el tiempo de entrega, con lo que las empresas podían posicionarse mejor y lograr una ventaja competitiva. A este nuevo concepto se le llamo equilibrio costo-servicio (Quijada Tacuri, 2017).

1965

Las empresas comienzan a introducir la logística en sus actividades económicas, creando el outsourcing que consistía en que empresas que no contaban con un departamento de logística propio adquirirían el servicio de empresas especializas en logística (Quijada Tacuri, 2017).

1980

La distribución física se unió a la gestión de materiales, con el crecimiento de la economía las empresas comenzaron a tomar medidas de mercadeo hacia el servicio al cliente.

1990

Con la globalización la logística se renovó acoplándose a la distribución de procesos y la gran diferencia en leyes y culturas que existe en diferentes naciones (Mora Garcia, 2016).

1995

Con la evolución de la logística las empresas se dedican a mejorar las relaciones con los clientes, creando los clientes estratégicos y se consolidan las relaciones con los proveedores.

2008

El plan estratégico de las empresas ya no solo abarca a los clientes y proveedores, sino que arma una cadena de proveedores, productos y distribuidores que abarca desde la recolección de la materia prima hasta el consumidor final (Quijada Tacuri, 2017).

2.1.2. Antecedentes referenciales

Esta investigación cuenta con los siguientes antecedentes referenciales:

Los autores (Medina Rivera & Sánchez Pineda, 2016) en su investigación de un “plan estratégico logístico para los procesos de almacenamiento y despacho de la empresa Construvarios S.A.S” indican que para un correcto plan de logístico se debe realizar un diagnóstico logístico para establecer planes integrales a corto y mediano plazo, también establecieron 3 tipos de propuestas necesarias para el mejoramiento logístico las cuales son; medición y control, inversión económica y mejoramiento de procesos de almacenamiento.

Su trabajo utilizó una metodología japonesa denominada “5S” que ayudó en la organización del área de trabajo mejorando las condiciones de calidad

de trabajo, que se componen de tareas simples que facilitan la ejecución de las actividades laborales, al implementar esta metodología los autores determinaron que se logró un aumento de 35.5% en las etapas de clasificación, orden, limpieza, estandarización y disciplina. Este trabajo es una referencia notable para la presente investigación en el control de inventarios y mejorar de calidad y tiempo en la distribución y despacho de productos.

El siguiente trabajo es de los autores (Paredes Fernandez & Vargas Llerena, 2018) con el título “Propuesta de mejora del proceso de almacenamiento y distribución de producto terminado en una empresa cementera del sur del” su problemática muestra que la empresa no cuenta con zonas de almacenamiento fijos, de despacho y de recepción, otro inconveniente es que el personal no cuenta con un entrenamiento o capacitación.

Para la solución de su investigación se determinaron 5 puntos críticos los cuales son; falta de capacitación, layout inexistente, falta de señalización, ausencia de procedimientos y unidades en malas condiciones, ante estos escenarios desarrollaron diferentes planes estratégicos para su debida solución, capacitaciones y talleres al personal operativo mejorando su eficiencia y calidad de trabajo, elaboración de layout óptimos, implementación de señales visuales en todas las áreas, elaboración de procedimientos de almacenamiento y despacho de productos, homologación de unidades realizando un análisis técnico a las unidades y determinando si estarían operativas o no.

Con la propuesta los autores mostraron una rentabilidad a la empresa de un 26% por lo que fue aceptada por la empresa mejoraron económicamente a la empresa reduciendo el tiempo de distribución y mejorando la atención al cliente.

La información de la propuesta muestra que se debe establecer los puntos críticos que provocan perdidas a la empresa y la insatisfacción del cliente siendo útil como referencia para la presente investigación.

La autora (Revelo Cueva, 2015) con su trabajo “Propuesta de mejoramiento de los procesos de recepción y despacho en el centro de distribución de la empresa Avon del Ecuador” determino que el problema de la empresa Avon era la ausencia de un manual de procesos y registros con falta de actualización, también indico que falta de cargos en el personal provocaba retrasos e ineficiencia en las actividades.

En su propuesta elaboro un manual de procesos donde detalla los subprocesos y su mejora tomando lo más relevante del manual se definieron cargos para cada subproceso en el área de distribución, en el despacho de pedidos se propone la automatización del sistema mejorando los tiempos de envío y la disponibilidad.

Esta propuesta nos muestra que es necesario mantener cargos al personal y también que los procesos deben actualizarse conforme a la tecnología adoptando sistemas tecnológicos que ayuden a disminuir los procesos en la distribución y despacho de productos.

2.1.2.1. Concepto de la logística

La logística al ser un tema amplio cuenta con una variedad de conceptos de las cuales se mostrará las que reúnen el contexto general de la logística.

Según los autores (Pao Cos & Navascués, 1998) definen la logisca como:

“El concepto de logística de a los negocios reglas que permiten a la dirección seguir, valorar, priorizar y controlar todos los distintos elementos de aprovisionamiento y distribución que inciden en la satisfacción del cliente, en los costes y beneficios.”p2

Otro concepto de los autores (Antún , Lozano, Hernández, & Hernández, 2005) es:

“La logística empresarial puede considerarse como el diseño de procesos y la realización de operaciones para colocar una cantidad correcta de producto donde la demanda existe, en al oportunidad adecuada y a menor costo.”p9

Con los conceptos anteriores se puede definir en breves palabras la logística como un grupo de procesos que buscan obtener y distribuir un producto o servicio en el menor costo posible.

2.1.2.2. Tipos de Logística

La logística tradicional se relaciona con los movimientos físicos de materiales, a la gestión y distribución de suministros y bienes y son áreas anexas como compras o producción, comercial o ventas, quienes definen su ámbito de actuación.

La logística es una disciplina que engloba todas las operaciones a realizar para que el producto llegue al consumidor en perfecto estado. En consecuencia, al englobar tantas operaciones, existen diferentes tipos de logística:

- Logística de aprovisionamiento.
- Logística de distribución.
- Logística de producción.
- Logística inversa (Carro Paz & González Gómez, 2013).

2.1.2.2.1. Logística de aprovisionamiento

El autor (López, 2019) define logística de aprovisionamiento como:

“La encargada de que la empresa reciba los materiales necesarios para la producción en un plazo adecuado.”

Es decir que la logística de aprovisionamiento es punto esencial para que una empresa mantenga los materiales adecuados para el proceso de producción.

2.1.2.2.2. Logística de distribución

La logística en distribución es la encargada de gestionar el transporte de productos y mercancías de manera eficaz y en óptimas condiciones (EAE Business School, 2016).

Las funciones que forman parte de la logística en distribución son las siguientes:

Transporte de materiales

Se encarga de la distribución de los productos de un punto inicial a un punto final.

Gestión de pedidos

Es la encargada de recibir, comprobar y transmitir órdenes de compra.

Selección de embalajes

En la encargada de que los productos lleguen en perfecto estado cuando se realice el transporte.

Almacenamiento

Se dedica a orientar la ubicación de los productos dependiendo sus características.

Inventario

Encargada de mantener los productos siempre en stock (EAE Business School, 2016).

2.1.2.2.3. Logística de producción

La logística en producción es la encargada de una serie de pasos en la que la materia prima se transforma en un producto final listo para su distribución (López, 2019).

2.1.2.2.4. Logística inversa

La logística tradicional consiste en el producto se hace llegar desde la empresa hacia al cliente, pero ciertos productos tienen su rechazo por parte del cliente transformándose en productos no deseados, estos productos al no cumplir con las expectativas de los usuarios son devueltos a la empresa y esto se denomina logística inversa.

La logística inversa se encarga de que aquellos productos que por algún motivo fueron devueltos o no tuvieron una buena acogida entren en una clasificación y consolidación para que el producto tenga un mejor destino, estando entre las decisiones; re fabricación, reutilización, reciclaje, eliminación y reingeniería (Cure Vellojín, Meza González, & Amaya Mier, 2006).

2.1.2.3. Rol de la gestión logística en el servicio al cliente

El manejo adecuado de los flujos de bienes y servicios es de crítica importancia, no solamente para lograr una reducción en los costos asociados a los procesos de abastecimiento, producción y distribución, sino también para ofrecer una rápida respuesta a los requerimientos de los clientes.

Las tareas de almacenamiento y los traslados innecesarios de materias primas, materiales, productos en proceso y productos finales, son actividades que generan un gran porcentaje de los costos y, sin embargo, no agregan valor para el cliente. Es tarea de la logística eliminar todas aquellas actividades que comprometen costos sin agregar valor, con el fin de aumentar la eficiencia del sistema y ofrecer una rápida velocidad de respuesta a los requerimientos de los clientes (monterroso, 2000).

Las ventajas que una organización puede obtener por su superioridad tecnológica, por su localización preferencial, por la calidad de sus productos o por la excelencia de sus recursos humanos, pierden valor si el producto o el servicio no están disponibles en el momento exacto en que los

consumidores lo requieren. La velocidad de llegada al mercado, esto es, la rapidez de respuesta a los pedidos de los clientes, se convierte entonces en una herramienta indispensable para crear valor y lograr una buena posición en la carrera de la competencia. (monterroso, 2000)

2.1.2.4. Importancia de la logística

Los autores (Ballesteros Riveros & Ballesteros Silva, 2008) mencionan:

“La administración de la logística toma en consideración cada una de las instalaciones que tiene un impacto en la efectividad del sistema y juega un papel importante en la fabricación del producto o en la prestación del servicio, respetando los requerimientos del cliente, desde los mismos proveedores, las instalaciones de manufactura a través de los almacenes industriales y los centros de distribución hasta los minoristas y tiendas”.

La meta en la administración logística es ser eficaz y lograr un costo eficaz en todo el sistema. El óptimo global debe ser superior o igual al mejor óptimo local. El objetivo, entonces es minimizar los costos del sistema, compuestos por costos de transporte, de distribución, de inventarios (de materiales o materia prima, trabajo en proceso y productos terminados, devoluciones, reprocesos). Así, el énfasis no está en la simple disminución de costos de transporte o en reducción de inventarios sino más bien en un enfoque del sistema de gestión de la logística (Ballesteros Riveros & Ballesteros Silva, 2008).

2.1.2.5. Definición de proceso en la logística

Los procesos son aquellos que constituye el núcleo de una organización, son las actividades y tareas que realiza a través de las cuales producen o genera un servicio o producto para sus usuarios.

La gestión de procesos lleva implícito un cambio cultural en la organización, cuya esencia es que cada persona que la integra entienda la relevancia de su trabajo y la participación que éste tiene dentro del proceso. Por lo tanto,

su esfuerzo estará centrado en hacer su trabajo de la mejor forma posible porque así contribuye, junto a los otros, a que el resultado final del proceso sea lo mejor posible. Todos y cada uno de los que participan en un proceso son igualmente importantes para el resultado final o output. Estas estrategias o enfoques suelen denominarse “mejoramiento continuo de la calidad” o “calidad total” (Pepper Bergholz, 2011).

2.1.2.6. Elaboración de un plan logístico

La planificación se base en información, hechos y situaciones lo más reales y precisas posibles. Planificar en una labor intelectual, en donde se tiene que anticipar variantes que pudieran producirse, así como la forma de encarar los imprevistos. Para lograr una planificación adecuada hay que estipular esquemas de actividades y sus secuencias, las situaciones y hechos deben analizarse en base a los conocimientos y experiencias del gerente (Andrade Larrea, 2011).

Para diseñar un plan en logística es importante tomar en cuenta a todas las áreas de la compañía y de manera conjunta tomar decisiones, siempre buscando la satisfacción del cliente. Lo más importante de este, no es sólo producir un bien con costos competitivos, sino, a través de la logística, poner a disposición de los clientes los productos o servicios que demandan.

En la logística se puede mencionar 4 puntos imprescindibles cuando se elabora una estrategia de logística que menciona (AmericaEConomía, 2016)

- **Control de inventarios y relación oferta/demanda**

Es importante conocer el terreno en el que se encuentra la empresa, asegurarse que siempre se cuente con los materiales y productos para satisfacer la demanda, organizar correctamente los inventarios para tener un control sobre lo que entra y sale de ellos, así como la necesidad de almacenaje (Manene, Luis Miguel, 2012).

- **Gestión de transporte**

La distribución del producto es un papel importante en la expansión empresarial. Se debe gestionar la capacidad de transporte y las rutas necesarias para abarcar el mercado cautivo y al mismo tiempo, encontrar oportunidades de crecimiento (Sarache Castro & Cardona Alzate, 2007).

- **Aplicar tecnología en la cadena de suministro**

Con el avance tecnología es indispensable contar con herramientas tecnológicas que permitan el control de la cadena de suministro. Es importante aprovechar la evolución tecnológica para diseñar estrategias de logística que correspondan al desarrollo del negocio (Caballero, 2013).

- **Uso de métricas**

El recuento de datos es importante para saber si se están cumpliendo los objetivos planteados inicialmente. Por la complejidad que conlleva la implementación de los planes de logística es necesario el uso de las métricas adecuadas que reflejen el estatus en tiempo real de la distribución de los productos, el transporte, almacenes y demás. Existen diversas herramientas para esto, sin embargo, la adecuada depende de las características particulares de cada negocio (AmericaEConomía, 2016).

2.1.2.7. Optimización de tiempos en procesos de distribución

Para optimizar la logística de distribución de productos se tiene que tratar estos 3 puntos importantes:

Minimizar tiempos

Mantener los almacenes organizados ayudara a reducir el tiempo en la búsqueda de productos que se encuentran en stock.

Invertir tiempo en realizar una planificación

Al mantener una planificación en la distribución determina cual es el mejor canal que se debe ubicar en el centro logístico para reducir costes y tiempo.

Aprender de la experiencia

Perfeccionar el etiquetado, embalaje y empaquetado como la gestión y ordenes de pedido para minimizar errores y mejorar la eficacia (Supply Chain, 2014).

2.2. Fundamentación legal

Constitución del Ecuador

Capítulo IV

SOBERANÍA ECONÓMICA

Sección I

SISTEMA ECONÓMICO Y POLÍTICA ECONÓMICA

Art. 283 de la Constitución de la República establece que el sistema económico es social y solidario; reconoce al ser humano como sujeto y fin; propende a una relación dinámica y equilibrada entre sociedad, estado y mercado, en armonía con la naturaleza; y tiene por objetivo garantizar la producción y reproducción de las condiciones materiales e inmateriales que posibiliten el buen vivir.

Art. 304.-La política comercial tendrá los siguientes objetivos:

- a)** Desarrollar, fortalecer y dinamizar los mercados internos a partir del objetivo estratégico establecido en el Plan Nacional de Desarrollo.
- b)** Regular, promover y ejecutar las acciones correspondientes para impulsar la inserción estratégica del país en la economía mundial.
- c)** Fortalecer el aparato productivo y la producción nacionales.
- d)** Contribuir a que se garanticen la soberanía alimentaria y energética, y se reduzcan las desigualdades internas.
- e)** Impulsar el desarrollo de las economías de escala y del comercio justo.

f) Evitar las prácticas monopólicas y oligopólicas, particularmente en el sector privado, y otras que afecten el funcionamiento de los mercados.

Art. 336 El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad (Constitución del Ecuador, 2008).

2.3. Variables de investigación conceptualización

Variable independiente

- **Proceso de distribución y despacho**

La distribución y despacho es un conjunto de actividades que permiten distribuir los pedidos desde la empresa hacia el cliente, sus objetivos principales de distribución se pueden definir en:

Garantizar que el producto llegue al lugar y en el tiempo indicado.

Garantizar que el producto se distribuya en condiciones óptimas.

Según el autor (Castellanos Ramírez, 2009) indica que la importancia de la distribución física surge de la necesidad de movilización y manejo óptimo de las cargas. Debido a una serie de graves contratiempos ocasionados por un mal dominio del transporte y de sus operaciones conexas.

La distribución Física de Mercancías se extiende sobre un campo muy amplio que abarca no solo el transporte, sino todas las actividades que se deben desarrollar acerca de cómo transportar, la tecnología de este y los itinerarios que se van a cubrir, a lo que se le deber sumar otros factores, tales como:

- El acondicionamiento.
- El embalaje.
- Los transportes complementarios.
- Las manipulaciones y los puntos de depósitos intermedios.

- Las formalidades de despacho de aduana a la salida del país.
- Los derechos y tasas de aduana que han de pagarse.

Los canales de distribución, también conocidos como canales de ventas o canales de comercialización, son las rutas que una empresa utiliza para distribuir sus productos hacia las plazas o puntos de ventas en donde estarán a disposición, o serán ofrecidos o vendidos a los consumidores.

Para distribuir nuestros productos lo primero que debemos hacer es determinar el canal o los canales de distribución que utilizaremos.

Los canales de distribución básicamente se clasifican en canales directos y canales indirectos.

Canal directo

Un canal directo es un canal en donde una empresa vende sus productos directamente al consumidor final sin hacer uso de intermediarios.

Una empresa utiliza un canal directo, por ejemplo, cuando vende sus productos en sus locales comerciales, a través de Internet, a través de llamadas telefónicas, a través de visitas a domicilio, etc.

Canal indirecto

Un canal indirecto es un canal en donde intervienen uno o más intermediarios antes de que una empresa pueda hacer llegar sus productos al consumidor final.

Una empresa utiliza un canal indirecto cuando vende sus productos a intermediarios para que estos posteriormente los vendan al consumidor final o, en todo caso, a otros intermediarios.

Los intermediarios que intervienen en un canal indirecto suelen estar conformados por:

- Agentes
- Mayoristas

- Minoristas. (Arturo K., 2019)

Variable dependiente

- **Optimizar el tiempo de entrega a los clientes**

Optimizar es la acción de mejorar el desempeño de actividades específicas con la finalidad de obtener mejores resultados, en la logística optimizar el tiempo de entrega a los clientes es uno de los aspectos más importantes que muestran que tan eficiente es una empresa con la puntualidad.

Para garantizar una mejora en los tiempos de entrega se establecen 5 aspectos importantes que son claves en la optimización de este proceso:

1. Planificación de estrategia global

Es este punto se definen los canales de distribución y el tipo de transporte necesario que se ajusta a los objetivos.

2. Optimizar rutas

Con la identificación de rutas se permitirá diseñar recorridos acordes al lugar establecido mejorando el tiempo de recorrido y estableciendo posibles rutas alternas ante cualquier contratiempo.

3. Mejorar procesos con la ayuda de las tecnologías

Con la ayuda de las nuevas tecnologías que implementan sistemas de localización geográfico (GPS) se puede establecer el tiempo estimado en llegar al destino estipulado.

4. Atender a los patrones de demanda.

La previsión de demanda de materiales, productos o mercancías por parte de un determinado cliente permitirá planificar la estrategia de distribución con anterioridad, conociendo y definiendo, por tanto, los tiempos y plazos necesarios para una entrega óptima y en tiempo.

5. Optimización de la cadena de suministro.

Es fundamental un diseño del proceso de suministro que cuente con una planificación de plazos de compras por parte del cliente, además de una previsión en las entregas a los profesionales de la distribución. (Logística, 2016)

En los negocios, la implementación de las 5S representa una metodología de apoyo a la gestión, que con frecuencia se aplica a las operaciones de fabricación o de producción. Las 5S significan cinco palabras: Clasificación, Orden, Limpieza, Normalización y Disciplina (se usan "S" por sus nombres en inglés). (Eric, 2018)

Las 5s son una técnica japonesa implementada por primera vez por Toyota en 1960 y su objetivo es mejorar la productividad, organización y reducir tiempos en trabajos innecesarios, al aplicar la técnica 5s el autor (Flores Contreras, 2017) indica que se consiguen los siguientes factores: mayor bienestar, más seguridad, buena imagen para sus clientes, mayor índice de cooperar, buen manejo en equipo, responsabilidad y compromiso de cada persona.

2.4. Definiciones conceptuales

Optimizar

Buscar la mejor manera de realizar una actividad. (Real Academia Española, 2019)

Empresa comercial

Es una empresa que se encarga de adquirir bienes ya sean estos en materia prima, bienes intermedios o bienes terminados para luego venderlos a otras empresas o consumidores finales (Revisa Dinero, 2011)

CEDI

Un centro de distribución (CEDI) es un nodo amortiguador de la red logística que permite compensar diferencias entre el flujo de abastecimiento y la demanda, bien sea de producto terminado, materias primas o producto en

proceso. Típicamente un CEDI debe administrar diferentes horizontes de tiempo, ventanas horarias, unidades de manejo, volúmenes, tipos de clientes y pedidos en diferentes escalas entre flujos entrantes y salientes; por todo esto es necesario que en el diseño primen las necesidades de flujo y productividad (Revista Logística, 2016).

Plan estratégico logístico

La planificación estratégica de la Logística es un medio para materializar la propuesta de valor de una compañía. Muchas empresas se contentan con diseñar un plan de operaciones anual, con énfasis en los recursos necesarios (cantidad de personas, de grúas y de otros medios), pero esto es un error. La Logística tiene un enorme impacto en el negocio y, como tal, tiene un componente estratégico que es necesario planificar rigurosamente (Rodolfo, 2016).

Métricas

Es una medida cuantificable que las empresas utilizan para rastrear, monitorear y evaluar el éxito o el fracaso de varios procesos dentro de su organización (Andres, 2019).

5S

Las 5s son una metodología dirigida hacia la calidad, que se originó en Japón con la orientación de W.E Deming hace más de 40 años y que se incluye dentro del mejoramiento continuo gemba Kaizen. Las 5 S actúan como fundamento del modelo productivo industrial en donde se desarrollan bajo 5 principios simples de limpieza y orden que conducirán a una producción eficiente y un mejor ambiente laboral. (Brau Sebastian, 2017)

Mayorista

Son empresas o personas que compran productos al por mayor (generalmente, a empresas productoras), y que luego los venden también al por mayor a otros intermediarios (generalmente, a minoristas o

detallistas), pero nunca al consumidor final. Ejemplos de mayoristas son las distribuidoras, las importadoras, etc. (Arturo K., 2019)

Minorista

También conocidos como detallistas, son empresas o personas que compran productos al por mayor (generalmente, a empresas productoras o a mayoristas), y que luego los venden al por menor al consumidor final. Ejemplos de minoristas son las tiendas, los bazares, los supermercados, los grandes almacenes, etc. (Arturo K., 2019)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Presentación de la empresa

CRECOSCOP S.A. ocupa un lugar importante en la dinámica economía del Ecuador, participa activamente en el segmento de electrodomésticos para el hogar, productos electrónicos y motocicletas.

La actividad principal de la compañía es la importación, compra y venta a retail y mayoreo de electrodomésticos a nivel nacional.

Las características del negocio de la compañía implican instalar nuevos locales comerciales en ubicaciones estratégicas, y las visitas por medio de la fuerza de ventas a distribuidores y almacenes de la ciudad y de provincias para la venta de electrodomésticos lo cual le ha permitido lograr un crecimiento importante en las operaciones de la compañía.

Cuadro 1: Valores de la empresa

Valores Corporativos			
Excelencia	Respeto	Integración	Ética y responsabilidad
Eficiencia y Eficacia	Lealtad	Integridad	Trabajo en equipo
Vocación de servicio	Humildad intelectual	Solidaridad	Flexibilidad al cambio
Innovación	Responsabilidad	Honestidad	Comunicación
Servicio de calidad			

Fuente: CRECOSCOP S.A.

Fecha, ley o resolución en que fue aprobada o constituida

La compañía Créditos Económicos (CREDICOSA) S.A., se constituyó por medio de escritura pública autorizada por el Notario Quinto del cantón Guayaquil, Dr. Gustavo Falconí Ledesma, el día 16 de noviembre de 1972,

la cual fue inscrita en el registro Mercantil del cantón Guayaquil, el día 15 de diciembre de 1972.

Objeto Social

La empresa ha logrado ganarse un lugar importante en la dinámica economía del Ecuador, participando activamente en el mercado de electrodomésticos para el hogar, productos electrónicos y motocicletas.

Su ética y responsabilidad social se basan en la integridad, honestidad, equidad, justicia, solidaridad y aprovechar oportunidades de servir.

Misión

Mejorar la vida de nuestros clientes: acompañándolos en los momentos más trascendentales, brindando una experiencia de compra memorable a través de soluciones efectivas y siendo socialmente responsables.

Visión

Ser en el 2020 la mejor opción de compra para los consumidores en los mercados donde participamos, excediendo sus expectativas, siendo una empresa eficiente con crecimiento sostenido y referente para la sociedad, colaboradores, proveedores y accionista.

Logotipo

Gráfico 2: Logotipo de la empresa



Fuente: Elaboración propia

Estructura Organizativa

La estructura de la organización CRECOSCOP S.A se encuentra en el anexo 1.

Plantilla total de trabajadores

Cuadro 2: Plantilla de trabajadores

Área	Personal
Administración	17
Administración de ventas	8
Auditoría	7
Bodega	89
Caja	53
Call Center	28
Cobranzas	73
Controlaría	12
Crédito	81
Crédito Facilito	4
Desarrollo de Negocios	3
Dismayor	14
Financiero	16
Importaciones	9
La Garantía	38
Legal	1
Mercado y Publicidad	14
Negocios Electrónicos	4
Presidencia	1
Procesos	5
Productos y Negocios	7
Proyectos	7
Recursos Humanos	12
Seguridad Física	65
Sistemas	27
Transporte	47
Ventas	276
Total	918

Fuente: CRECOSCOP S.A.

Clientes

CRECOSCOP S.A. al ser una compañía que se dedica en la compra y venta de electrodomésticos equipos electrónicos y variedades sus principales clientes son retail (minoristas).

Cuadro 3: Clientes de CRECOSCOP S.A.

Clientes	Porcentaje
Cientes Retail	94.97%
Cientes Mayoristas	5.03%
Total	100%

Fuente: CRECOSCOP S.A.

Proveedores

CRECOSCOP tienen una gran variedad de productos y a su vez varios proveedores a continuación, se muestra un listado de los 10 principales proveedores.

1. INDUGLOB S.A.
2. Audiovisión Electrónica S.A.
3. Car Soundivision Cía. Ltda.
4. Mabe Ecuador S.A.
5. INNACENSA
6. LG Electronic Panamá S.A.
7. Sony Inter – American S.A.
8. HP
9. Panasonic
10. CONECEL

Competencia

Los principales competidores de la compañía son:

1. Comandato
2. La Ganga

3. Almacenes Japón
4. Artefacta
5. Marcimex

Principales productos

A continuación, se muestra un listado de las principales líneas de productos de la compañía CRECOSCOP:

1. Electrodomésticos
2. Audio y Video
3. Hogar
4. Belleza
5. Motos y Bicicletas
6. Tecnología
7. Juguetes
8. Moda
9. Bebes
10. Licores
11. Seguridad Industrial
12. Salud

3.2. Diseño de la investigación

Método inductivo

Es una forma de razonar partiendo de una serie de observaciones particulares que permiten la producción de leyes y conclusiones generales.

Se basa en la observación de hechos y fenómenos, generaliza a partir de sus observaciones, sus conclusiones son probables, tiene el objetivo de generar nuevo conocimiento (Arriega, 2019).

Metodo deductivo

El método deductivo es una forma de razonamiento que deriva del método científico y que tiene como finalidad obtener conclusiones lógicas a partir de un grupo de premisas; es decir, se deduce. Si los hechos o premisas son ciertos, la conclusión también lo será (González , 2020).

3.2.1. Tipos de investigación

Exploratorio

Son las investigaciones que pretenden darnos una visión general, de tipo aproximativo, respecto a una determinada realidad. Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando más aún, sobre él, es difícil formular hipótesis precisas o de cierta generalidad. Suele surgir también cuando aparece un nuevo fenómeno que por su novedad no admite una descripción sistemática o cuando los recursos del investigador resultan insuficientes para emprender un trabajo más profundo (Ibarra, 2011).

Descriptivo

Los estudios descriptivos se sitúan sobre una base de conocimientos más sólida que los exploratorios. En estos casos el problema científico ha alcanzado cierto nivel de claridad, pero aún se necesita información para poder llegar a establecer caminos que conduzcan al esclarecimiento de relaciones causales (Jimenez Paquene, 1998).

Explicativo

Los estudios explicativos parten de problemas bien identificados en los cuales es necesario el conocimiento de relaciones causa- efecto. En este

tipo de estudios es imprescindible la formulación de hipótesis que, de una u otra forma, pretenden explicar las causas del problema o cuestiones íntimamente relacionadas con éstas (Jimenez Paquene, 1998).

Población

Se define población como un conjunto de organismos que pertenecen a una misma especie, que interactúan entre sí y hacen vida en un área geográfica y tiempo determinado. Todos los organismos forman poblaciones, es decir, no viven aislados y cada especie forma numerosas poblaciones dentro de su zona de distribución geográfica. (Polanco, 2017)

En el conjunto total de individuos con características medibles donde se busca obtener información.

Para la presenta investigación se utilizó una población finita conformada por los clientes que se acercan a la agencia Moto Zone Tundra de Créditos Económicos ubicada en el parque california de la ciudad de Guayaquil

A continuación, se muestra la tabla con la población identificada.

Cuadro 4: Población

Característica	Cantidad
Clientes	158
Total	158

Fuente: Elaboración propia

3.4. Muestra

Es un subconjunto o parte del universo o población en que se llevará a cabo la investigación. Hay procedimientos para obtener la cantidad de los componentes de la muestra como fórmulas, lógica y otros que se verá más adelante. La muestra es una parte representativa de la población. (Luis, 2004)

Subconjunto de la población establecida sobre la cual se realizarán mediciones con la idea de obtener conclusiones generalizadas a una población.

Para el cálculo de la muestra que se tomara para el presente estudio se determinan 2 tipos de fórmulas:

- **Formula población finita:**

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

- **Formula población infinita:**

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{e^2}$$

Para este tipo de investigación se utilizará la fórmula de población finita mostrada en el cuadro 4

Donde:

N= población = 158

e= Margen de error = 0.05

p= proporción esperada = 5%

q = probabilidad en contra= 5%

z= nivel de confianza = 95%

Cálculo de la muestra con la fórmula de población finita.

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{e^2(N-1) + Z^2 * P * Q}$$
$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 158}{0,05^2(158 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$
$$n = \frac{151,74}{1,38}$$

$$n = 112,16$$

Total= 112 encuestados

El resultado de la formula nos muestra que la cantidad de encuestas es de 112.

Cuadro 1 Muestra

Característica	Cantidad
Población	158
Muestra	112

Fuente: Elaboración propia

3.5. Métodos y técnicas de investigación

En la presente investigación se utilizará la técnica encuesta que será dirigida a los clientes recolección de datos.

Cuadro 2 Técnicas e instrumentos de medición

Técnica	Instrumento
Encuesta	Cuestionario

Fuente: Elaboración propia

Encuesta

Una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población (García, 1993).

Para la presente investigación se utilizará el tipo de encuesta con preguntas cerradas por que facilita mucho la labor del encuestador ya que su actuación se debe limitar a señalar aquella respuesta más coincidente con

lo indicado por el encuestado. Por la misma razón, el proceso de tabulación es más fácil.

Y en el modelo de encuesta se utilizará el tipo de encuesta de satisfacción del cliente, Este tipo de encuesta ayuda a las empresas y organizaciones a medir de forma rápida y precisa el grado de satisfacción de sus clientes con su producto, servicio, evento o con la empresa en general.

Según el equipo de (Marketing analítico, 2018) muestra que los beneficios que puedes esperar mediante la realización de este tipo de encuestas en la investigación del mercado son:

- Es un fuerte indicador de si tu consumidor es leal a tu marca y si tiene la intención de volver a comprar tu producto.
- Conocer y asegurarte de que los clientes estén satisfechos reducirá el abandono y aumentará el valor de vida del cliente.
- Medir la satisfacción y abordar cualquier punto negativo reducirá la divulgación de comentarios negativos en espacios públicos como foros y redes sociales.
- Los encuestados que indiquen un grado de satisfacción alto con tu producto o servicio podrían ser excelentes embajadores de la marca.

La guía de la encuesta dirigida a los clientes de la empresa se encuentra en el anexo 2 al final del documento.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Para la interpretación de resultados se utilizó como instrumento de recolección de datos una encuesta planteada a los clientes que visitan la agencia Moto Zone Tundra de Créditos Económicos ubicada en el parque California del cantón Guayaquil para saber el nivel de satisfacción que tienen con la agencia y cuáles son las falencias que tiene la agencia con la distribución y de despacho para cumplir con las expectativas de los clientes.

El modelo de encuesta utilizado en este trabajo de investigación es de tipo satisfacción del cliente y cuenta con 10 preguntas cerradas que ayudan al encuestador a tabular con mayor eficiencia las respuestas y al encuestado a simplificar su respuesta. Las preguntas están enfocadas en la fidelidad del cliente, calidad de servicio al cliente, cumplimiento de entregas de productos y tiempo de entrega.

A continuación, se procede a la interpretación de resultados y al análisis de las preguntas.

4.1. Análisis e interpretación de los resultados de la encuesta

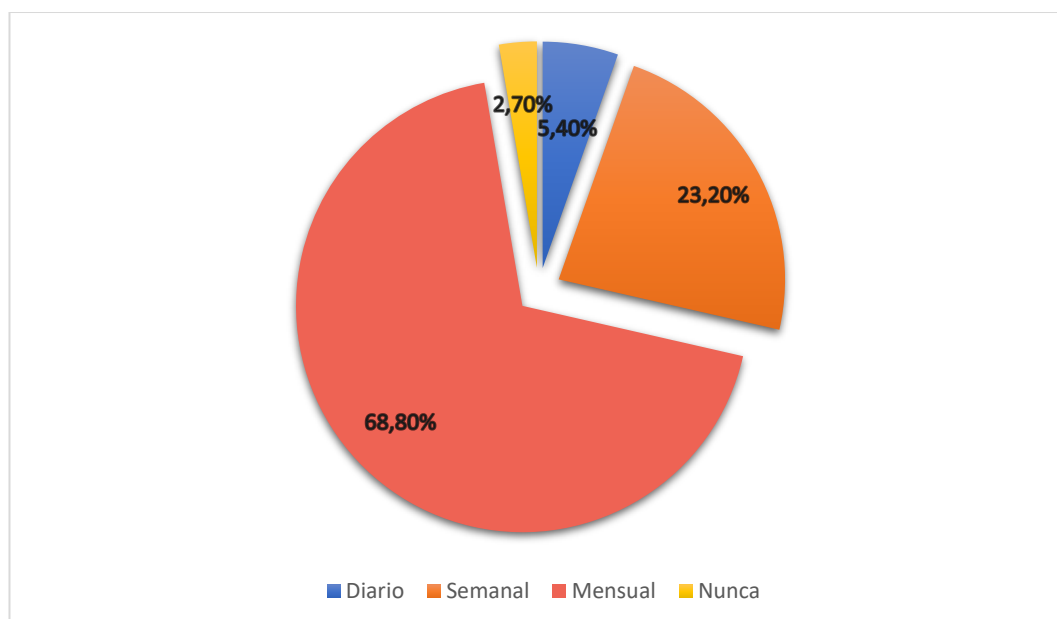
Pregunta N°1. ¿Qué tan seguido visita nuestra sucursal?

Cuadro 5 **Visitas**

Respuesta	Encuestados	Porcentaje
Diario	6	5,4%
Semanal	26	23,2%
Mensual	77	68,8%
Nunca	3	2,7%
Total	112	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3 **Visitas**



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Con los resultados obtenidos se interpreta que la mayor parte de los clientes que visitan la agencia acuden mensualmente con un 68.8% demostrando que las visitas al local comercial no son muy seguidas por parte de los clientes.

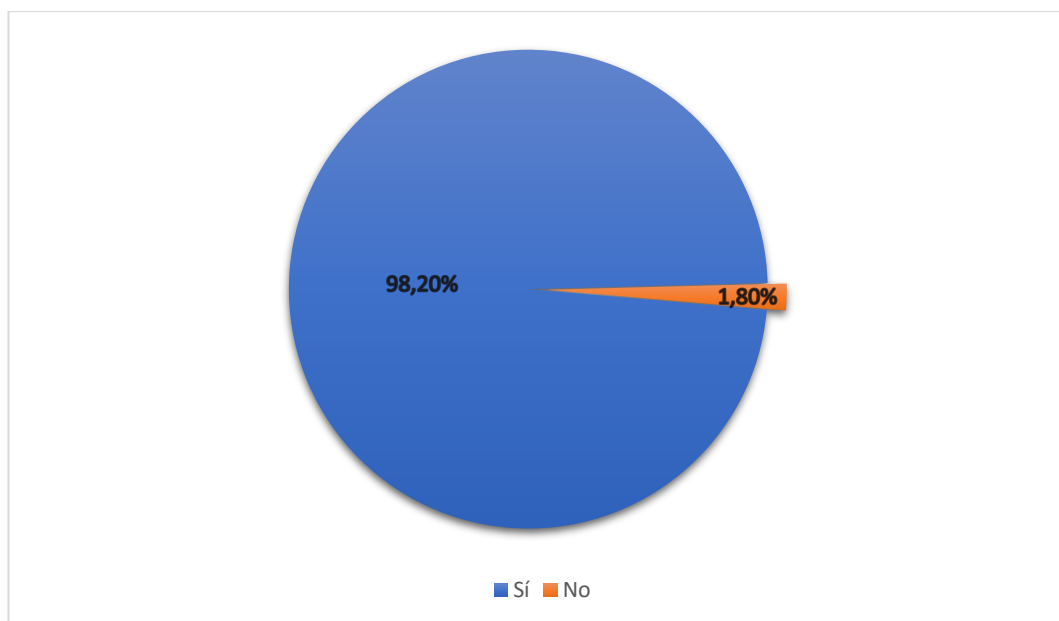
Pregunta N°2. ¿Considera usted que el personal de la empresa está capacitado para atender al cliente?

Cuadro 6 Personal capacitado

Respuesta	Encuestados	Porcentaje
Sí	110	98,2%
No	2	1,8%
Total	112	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 4: Personal capacitado



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la presente interrogante se busco determinar si el personal de atención al cliente de la agencia está debidamente capacitado, los resultados demostraron que los clientes están complacidos por la calidad de atención recibida tabulando un 98.20% de repuesta sí.

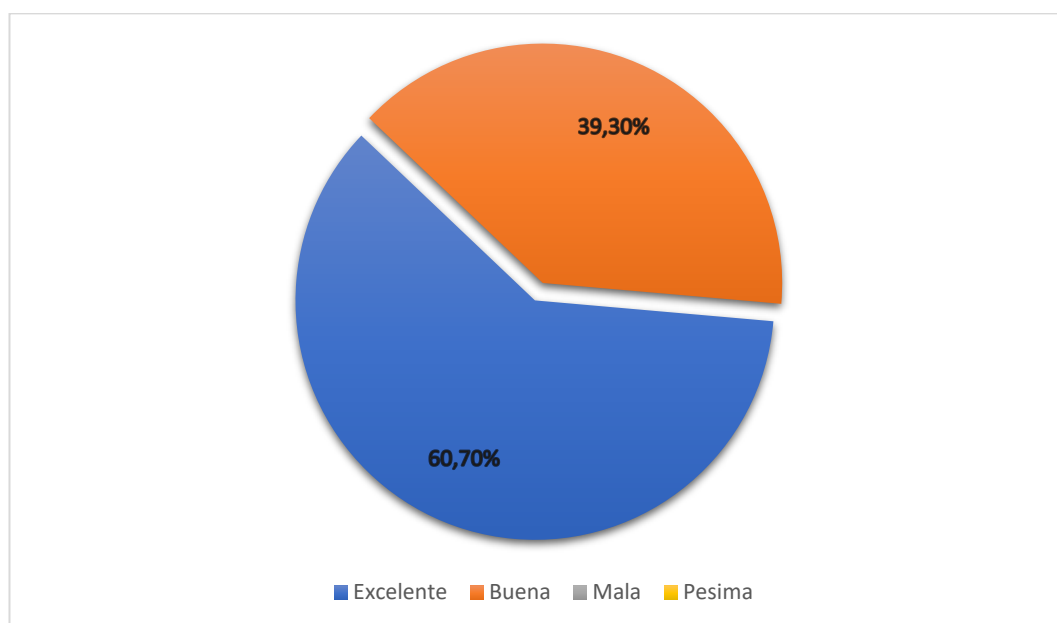
Pregunta N°3. ¿Cómo calificarías la calidad de la atención recibida?

Cuadro 7 Atención al cliente

Respuesta	Encuestados	Porcentaje
Excelente	68	60,7%
Buena	44	39,3%
Mala	0	0%
Pésima	0	0%
Total	112	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 5: Atención al cliente



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Los resultados de esta interrogante demostraron con la calidad de atención recibida es excelente en su gran parte indicando que aunque el personal está debidamente capacitado para la atención de la clientela su trato con el cliente no es excelente todo el tiempo.

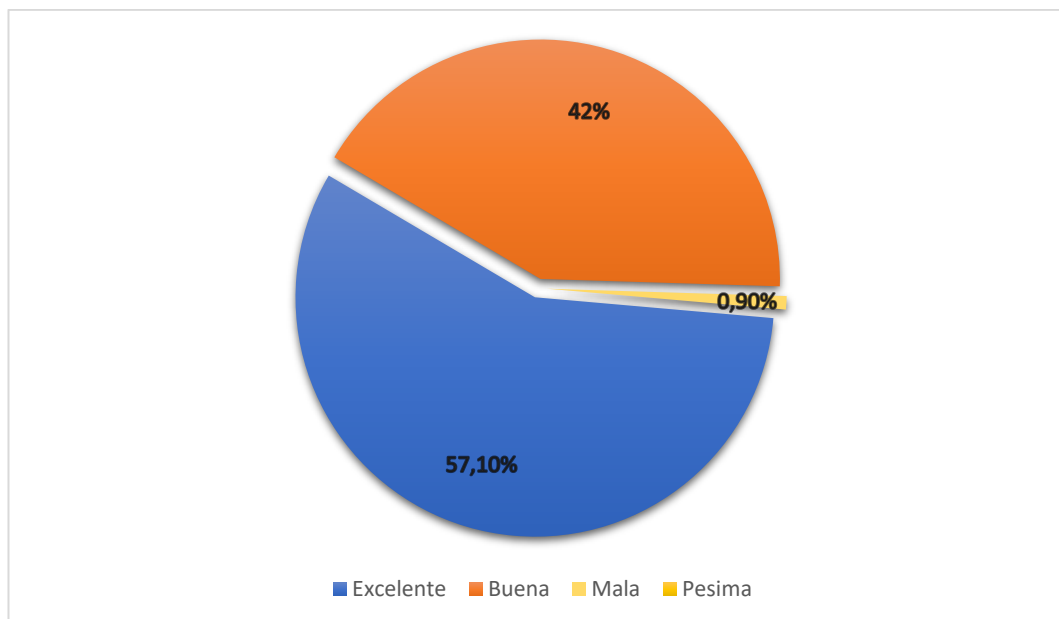
Pregunta N°4. ¿Cómo fue su experiencia al adquirir un producto en la agencia?

Cuadro 8 **Producto**

Respuesta	Encuestados	Porcentaje
Excelente	64	57,1%
Buena	47	42%
Mala	1	0,9%
Pésima	0	0%
Total	112	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 6: **Producto**



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En la presente interrogante se buscó determinar en nivel de experiencia que tiene el cliente al adquirir un producto en la agencia demostrando

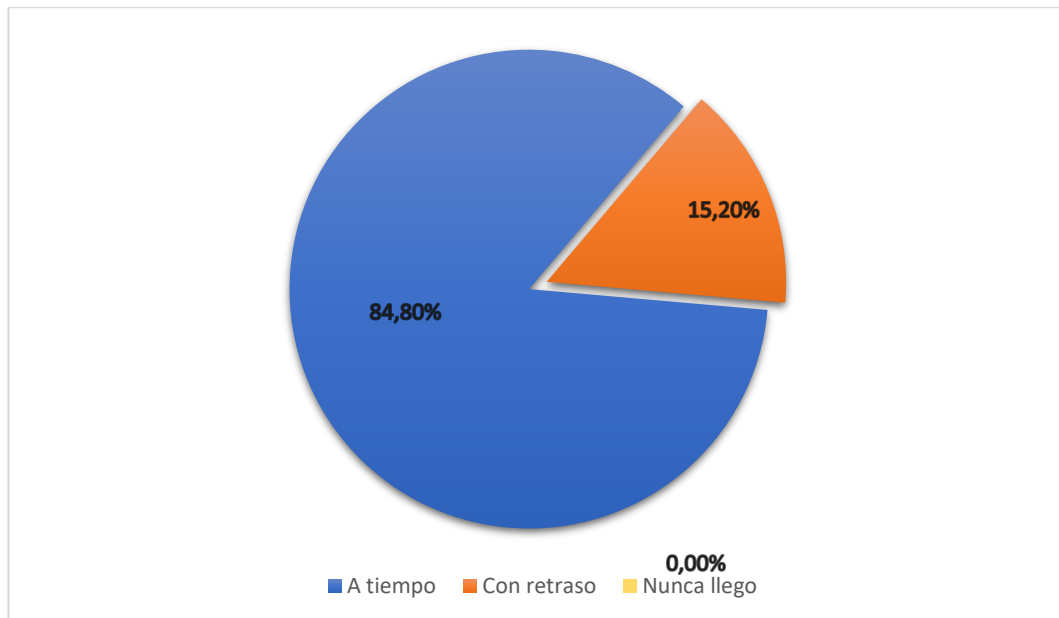
Pregunta N°5. ¿Cuál fue el tiempo de entrega de su pedido?

Cuadro 9 **Tiempo de entrega**

Respuesta	Encuestados	Porcentaje
A tiempo	95	84,8%
Con retraso	17	15,2%
Nunca llego	0	0%
Total	112	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 7: **Tiempo de entrega**



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Esta interrogante es clave para determinar el tiempo de despacho y distribución de los productos, una gran parte de los clientes indicaron que su pedido llegó a tiempo siendo un 88.4% de entregas a tiempo, al contrario un 15.2% indicó que el producto llegó con retraso demostrando que la empresa tiene una logística de distribución imperfecta y con falencias en algunos de los pedidos.

Pregunta N°6. ¿En qué estado recibió el producto?

Cuadro 10 Estado del producto

Respuesta	Encuestados	Porcentaje
Excelente estado	112	100%
Mal estado	0	0%
Total	112	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 8: Estado del producto



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

En esta interrogante no hay mucho que decir la empresa tiene una logística de despacho admirable demostrando a su clientela una buena experiencia al momento de la entrega de su producto.

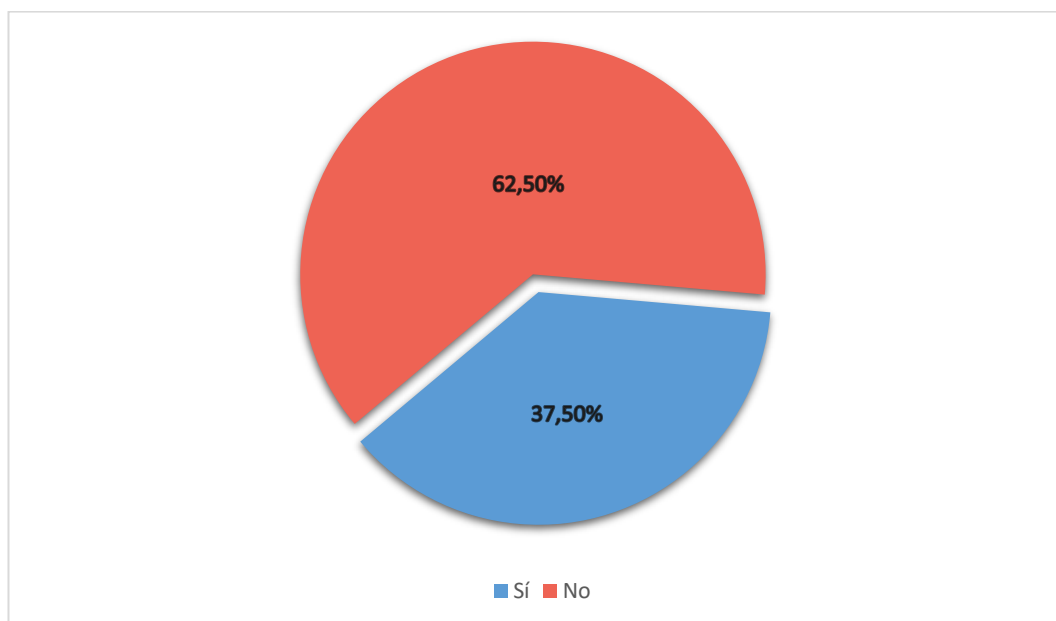
Pregunta N°7. ¿Ha realizado alguna cancelación o devolución de producto?

Cuadro 11 Cancelación de producto

Respuesta	Encuestados	Porcentaje
Sí	42	37,5%
No	70	62,5%
Total	112	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 9: Cancelación de producto



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

La presente interrogante muestra que la falta de seguimiento por parte del personal de la agencia con los productos adquiridos por el cliente conlleva a la devolución de los mismos.

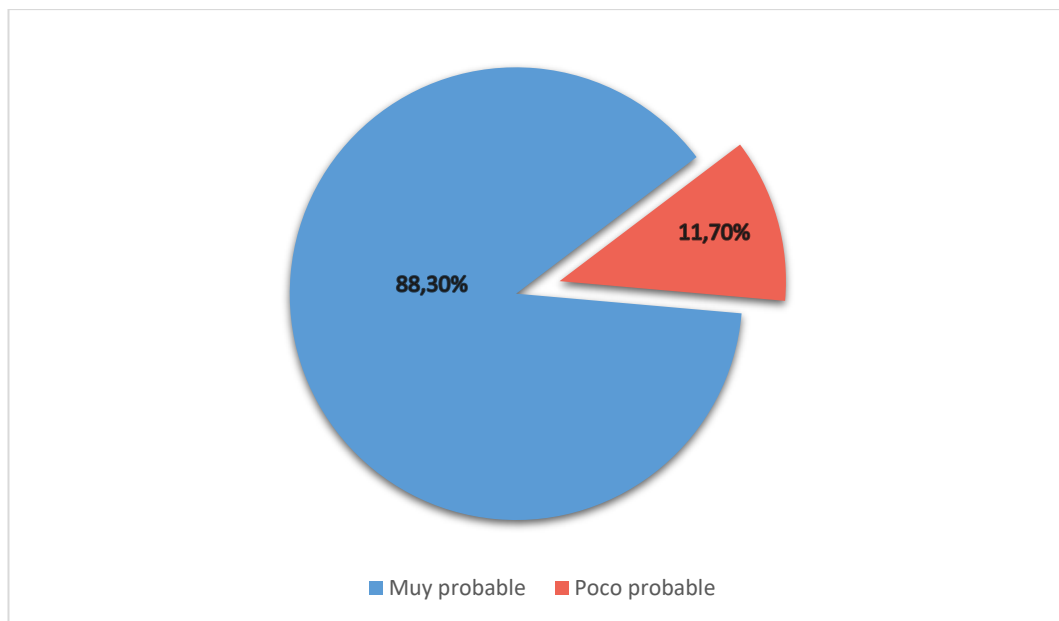
Pregunta N°8 ¿Cuál es la probabilidad de que vuelva a comprar nuestros productos?

Cuadro 12 **Fidelidad**

Respuesta	Encuestados	Porcentaje
Muy probable	98	88,3%
Poco probable	13	11,7%
Nada probable	0	0%
Total	111	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 10: **Fidelidad**



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Con esta interrogante se determinó que los clientes que adquirieron un producto en la agencia es muy probable que vuelvan a adquirir otro producto en la misma agencia.

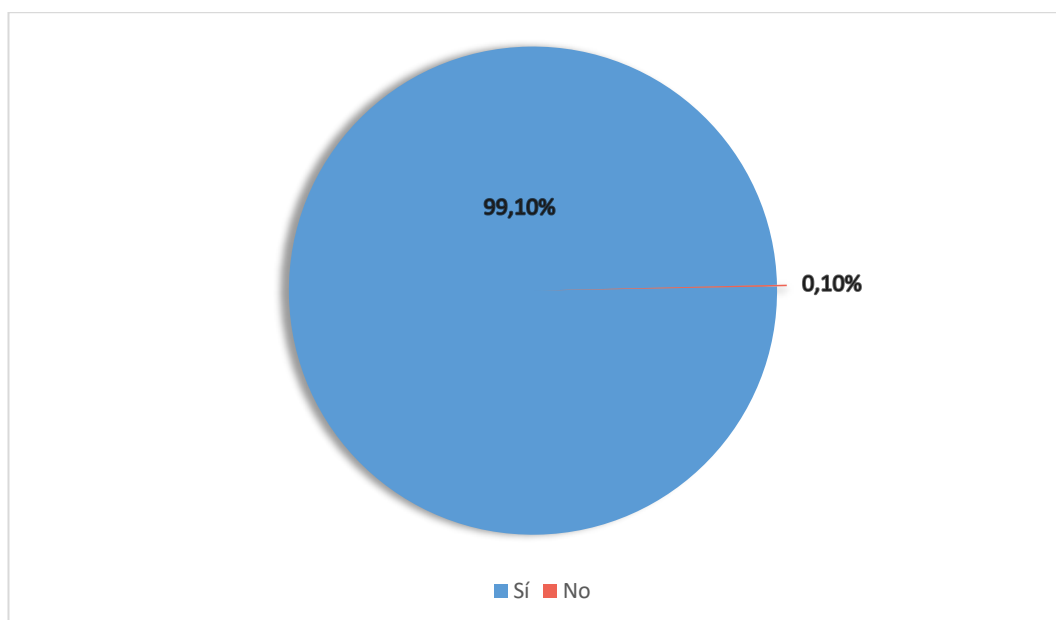
Pregunta N°9 ¿Considera usted adecuado y eficiente el servicio que se brinda a los clientes?

Cuadro 13 **Servicio adecuado**

Respuesta	Encuestados	Porcentaje
Sí	111	99,1%
No	1	0,9%
Total	112	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 11: **Servicio adecuado**



Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Los resultados de la presente interrogante demostraron que los clientes están conformes con el servicio brindado por parte del personal de la agencia indicando un alto nivel eficiencia en el trato con los clientes.

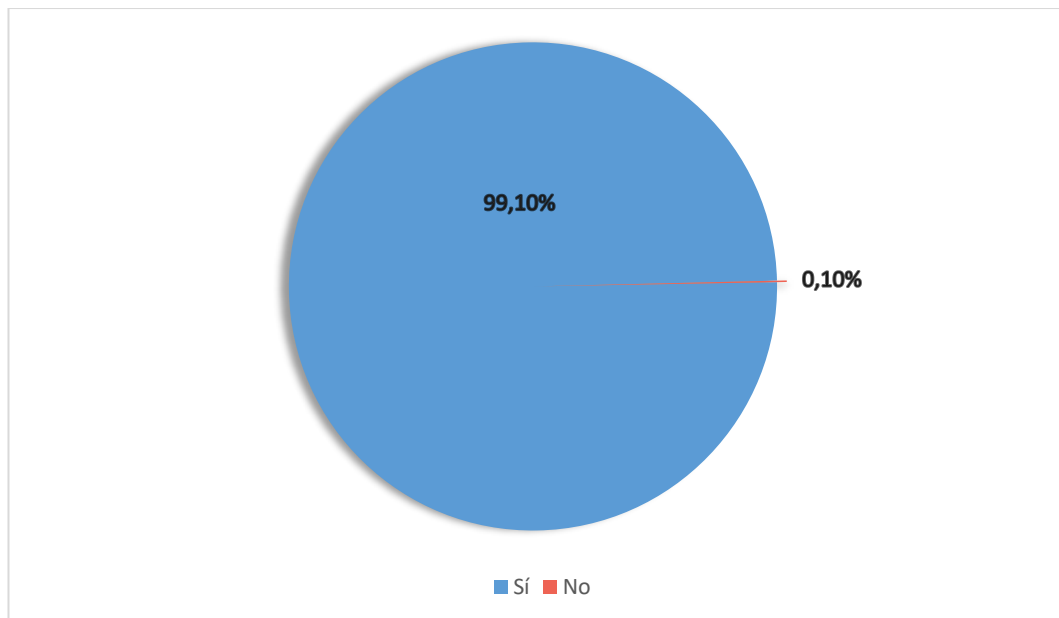
Pregunta N°10 ¿Recomendaría la Agencia a sus amistades?

Cuadro 14 **Recomendaría la agencia**

Respuesta	Encuestados	Porcentaje
Sí	111	99,1%
No	1	0,9%
Total	112	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfico 12: **Recomendaría la agencia**



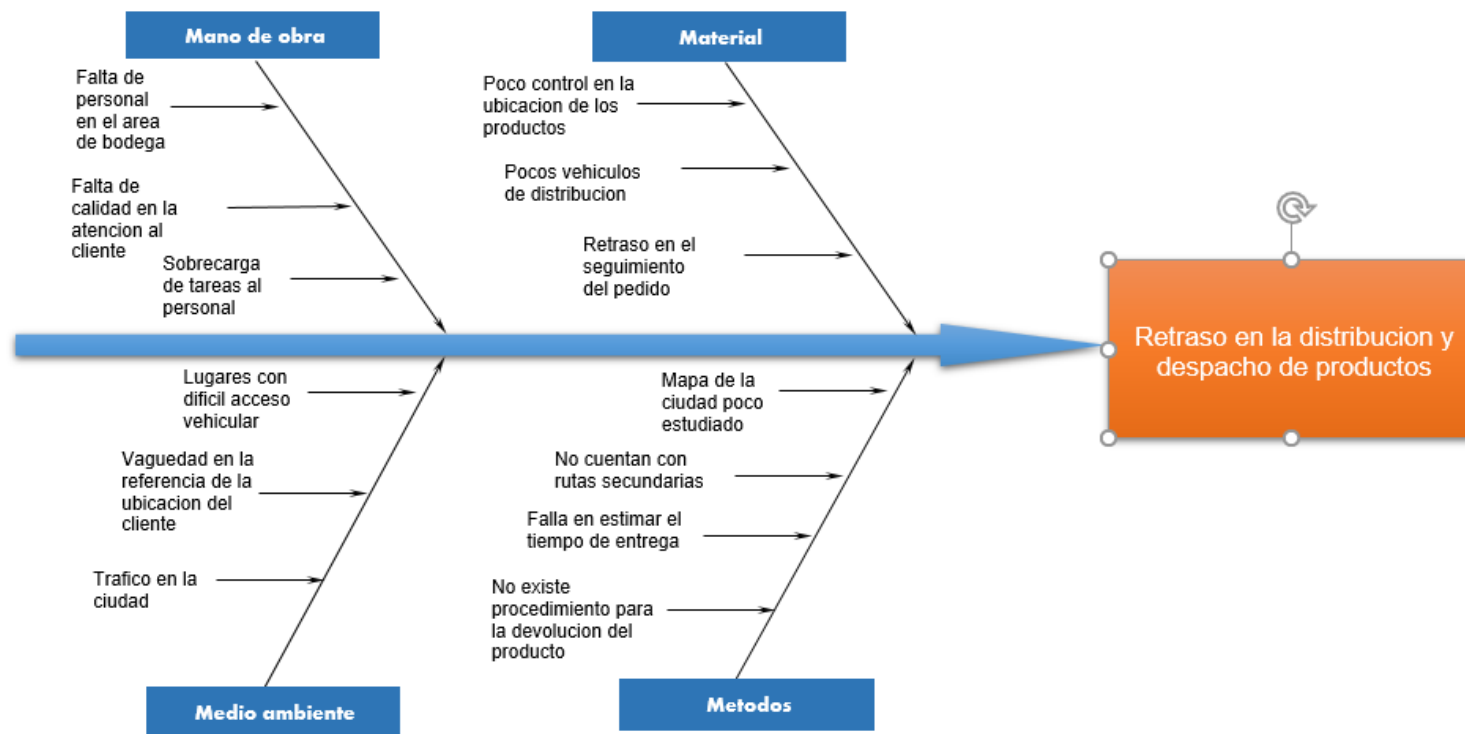
Fuente: Elaboración propia

Interpretación:

Los resultados de la presente interrogante demostraron que la empresa es recomendada por parte de sus clientes aumentando el índice de clientela y abarcando más población.

4.2. Diagrama de Ishikawa

Gráfico 13: Diagrama de Ishikawa (causa y efecto)



Fuente: Elaboración propia

4.3. Plan de acción 5w2h

Cuadro 15: Plan de acción

N°	¿Qué?	¿Por qué?	¿Dónde?	¿Quién?	¿Cuándo?	¿Cómo?	¿Cuánto?
1	Capacitar a los transportistas y personal de entrega de pedidos sobre la atención al cliente.	Para mejorar la atención hacia el cliente y evitar que los pedidos sean devueltos.	Agencia Moto Zone Tundra de la empresa Créditos Económicos.	El gerente general	El tiempo que dure el curso.	Recibiendo cursos de atención al cliente.	Precio acorde con la institución educativa. (\$2500)
2	Monitorear a los transportistas con rastreo satelital	Para controlar el tiempo que tardan en entregar los pedidos. Brindar seguridad a los	Agencia Moto Zone Tundra de la empresa Créditos Económicos	Jefe de seguridad.	De manera permanente.	Instalando en los vehículos sistemas de posicionamiento global.	Estimado de (\$2000)

		transportistas ante cualquier eventualidad en las rutas destinadas.					
3	Optimizar rutas	Necesidad de estudiar rutas alternas que mejoren el tiempo de movilización hacia el destino indicado.	Agencia Moto Zone Tundra de la empresa Créditos Económicos en la ciudad de Guayaquil.	Gerente de logística	Primeros días de cada mes.	Evaluando rutas críticas que retrasen la entrega. Con ayuda de la tecnología utilizando software de navegación GPS. Manteniendo una comunicación constante con	Teléfono inteligente con datos móviles. Un estimado mensual. (\$200)

						el cliente para gestionar la mejor ruta posible.	
4	Contratación de personal en el área de bodega	Por la falta de personal necesario. El personal actual no se abastece con las funciones en el área de trabajo.	Agencia Moto Zone Tundra de la empresa Créditos Económicos	Gerente de RRHH.	Desde el 30 de noviembre del 2020 hasta el 11 de diciembre del 2020	Mediante entrevista de trabajo.	Sueldo acorde al mercado y la ley. (\$800)
5	Elaboración de manual de funciones en el área de distribución.	Para mantener un documento que describa las funciones de cada puesto de	Agencia Moto Zone Tundra de la empresa Créditos Económicos	Gerente encargado del área de distribución.	Permanente, actualizarlo constantemente	Redactando el manual con todas las funciones de la plantilla de trabajadores su	--

		trabajo en el área de distribución. Documento útil para planificar la plantilla de trabajadores y variación de puesto de trabajo. Guía para todo el personal.				cargo y procedimientos.	
	TOTAL DEL PRESUPUESTO						\$5.500,00

Fuente: Elaboración propia

4.4. Análisis costo beneficio

Para que la empresa puede implementar los planes de acción que se detallaron anteriormente necesita realizar un gasto de \$5.500 dólares estadounidenses, el cual servirá para mejorar la atención al cliente por parte del personal de entrega de pedidos, instalación de equipos de rastreo satelital, evaluación de rutas alternas con tiempo estimado en cada entrega, contratación de nuevo personal y la creación de un manual de funciones, los beneficios al realizar estos planes son los siguientes:

- Mejor atención al cliente con personal capacitado, dará al cliente una mejor experiencia en la entrega de sus productos y mejorará la relación del cliente con la empresa evitando que el producto sea devuelto por inconformidad.
- Otorgando seguridad a los transportistas en el monitoreo de rutas y controlando el tiempo de entrega con la ayuda de la tecnología, reducirá el tiempo de entrega de los pedidos y con la evaluación de rutas se optimizará el tiempo para recorrer mas rutas el mismo día realizando más entregas de pedidos.
- Incorporando un manual de funciones en el área de bodega el personal tendrá detallado sus tareas y actividades a realizar en la empresa y se evita que la sobrecarga de funciones, además mejorará la calidad de trabajo y el ambiente laboral dando como resultado un mejor desempeño por parte del personal.

CONCLUSIONES

- Se fundamentó teóricamente los procesos de distribución y despacho mostrando los puntos clave para la optimización del tiempo en la entrega de los productos.
- Después del estudio de la situación actual de la empresa en el proceso de la distribución y despacho se concluyó que la empresa no cuenta con un manual de funciones que detalle las actividades en cada cargo por parte del personal, la mayoría de los empleados se guían con las ordenes que realizan con jefes de cada área.
- Se planteó 5 planes de acción que mejoraran los problemas que se detectaron en la empresa en función al proceso de distribución y despacho, cada uno de uno de los planes de acción tiene su correspondiente beneficio para la empresa y sus trabajadores.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda abordar con más información referente a la logística y sus procesos para que el presente proyecto sea útil en diferentes áreas.
- En la obtención de resultados se recomienda usar más de un método de recolección para que los resultados sean más específicos y puedan dar a conocer las deficiencias del problema abordado.
- Mejorar la comunicación en el proceso de despacho de un producto para que tiempo de entrega sea oportuno y sin contratiempos.

Bibliografía

- AmericaEConomía. (19 de Abril de 2016). *AméricaEConomía.com*.
Obtenido de <https://mba.americaeconomia.com/articulos/notas/5-ventajas-de-implementar-un-plan-de-logistica>
- Andrade Larrea, C. X. (2011). *Reestructuración de los procesos logísticos en un centro de distribución comercial a nivel nacional para el mejoramiento des sistema de inventarios*. Ambato. Obtenido de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/632>
- Andres, M. (23 de Abril de 2019). *Tudashboard*. Obtenido de <https://tudashboard.com/que-es-una-metrica-de-negocio/>
- Anibal Mora, L. (2011). *Gestión Logística Integral*. (S. Starbook Editorial, Ed.)
- Antún , P., Lozano, A., Hernández, J. C., & Hernández, R. (2005). *Logística de distribución física a minoristas*. UNAM.
- Arriega, E. (2019). *Diferenciador*. Obtenido de <https://www.significados.com/metodo-inductivo/>
- Arturo K. (21 de Diciembre de 2019). *Crece negocios*. Obtenido de <https://www.crecenegocios.com/distribucion/>
- Ballesteros Riveros, D. P., & Ballesteros Silva, P. P. (2008). Importancia de la administración logística. *Scientia et Technica Año XIV*, 217-222.
- Brau Sebastian. (11 de Julio de 2017). *Sebastian J Brau*. Obtenido de <http://sebastianbrau.com/que-son-las-5s/>
- Caballero, J. (2 de Mayo de 2013). *Conexionesan*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2013/05/02/importancia-tecnologia-logistica/>
- Carro Paz, R., & González Gómez, D. (2013). *Logística empresarial*. Obtenido de <http://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1831>

- Castellanos Ramírez, A. (2009). *Manual de la gestión logística del transporte y distribución de mercancías*. Bogota: Uninorte.
Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=JYydauBcri0C&pg=PA12&dq=logistica+distribucion&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjK-KuLrMXsAhUDrIkKHalaA9AQ6AEwAXoECAUQAg#v=onepage&q=logistica%20distribucion&f=false>
- Constitución del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Ecuadorencifras*.
Obtenido de Ecuadorencifras:
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/LOTAIP/2017/DIJU/octubre/LA_2_OCT_DIJU_Constitucion.pdf
- Cure Vellojín, L., Meza González, J. C., & Amaya Mier, R. (2006).
Logística Inversa: una herramienta de apoyo a la competitividad de las organizaciones. *INGENIERÍA & DESARROLLO*, 185-202.
Obtenido de <http://rcientificas.uninorte.edu.co/index.php/ingenieria/article/view/2801/1900>
- EAE Business School. (20 de Junio de 2016). *EAE Business School*.
Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/logistica-de-distribucion-gestionando-eficazmente-el-transporte/>
- Eric, D. (1 de Febrero de 2018). *Cuida de dinero*. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13091261/cuales-son-los-beneficios-de-la-implementacion-de-las-5s>
- Flores Contreras, D. A. (2017). *IMPLEMENTACIÓN DEL MÉTODO 5S PARA MEJORAR LA PRODUCTIVIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA J-MV CONTRATISTA*. Nuevo Chimbote. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/16594>
- Garcia, F. (1993). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Universidad.

- González , G. (Mayo de 2020). *Lidefer*. Obtenido de <https://www.lifeder.com/metodo-deductivo/>
- Ibarra, C. (26 de Octubre de 2011). *Metodología de la investigación* . Obtenido de <http://metodologadelainvestigacinsiis.blogspot.com/2011/10/tipos-de-investigacion-exploratoria.html?m=1>
- Iglesias López, A. (Noviembre de 2017). *ESIC (Business Marketing School)*. Obtenido de ESIC: <https://www.esic.edu/rethink/management/logistica-un-sector-invisible-pero-con-gran-potencial>
- Izuriaga, B. (7 de Junio de 2018). *Turiconsejos*. Obtenido de <https://www.turijobs.com/blog/que-es-una-entrevista-estructurada/>
- Jimenez Paquene, R. (1998). *Metodología de la investigación elementos básicos para la investigación clínica*. Habana, Cuba: Ciencias Médicas del Centro Nacional de información de Ciencias Médicas.
- Logística. (15 de Agosto de 2016). *Logística*. Obtenido de <https://blogs.x.uoc.edu/logistica/tecnicas-para-optimizar-los-tiempos-de-entrega/>
- López, J. F. (26 de Febrero de 2019). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-logistica.html>
- Luis, L. P. (2004). *POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO*. Cochabamba: Punto Cero. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Manene, Luis Miguel. (8 de Agosto de 2012). *Manene Luis Miguel*. Obtenido de <http://www.luismiguelmanene.com/2012/08/08/gestion-de-existencias-e-inventarios/>
- Marketing analítico. (2 de Mayo de 2018). *Marketing analítico*.

- Matias, H. (5 de Enero de 2016). *Beetrack*. Obtenido de <https://www.beetrack.com/es/blog/6-problemas-logisticos-entrega-de-productos>
- Medina Rivera, J. M., & Sánchez Pineda, C. M. (2016). *Plan de mejoramiento logístico para los procesos de almacenamiento y despacho de la empresa Construvarios S.A.S*. Proyecto de grado, Bucaramanga. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2016/161223.pdf>
- monterroso, E. (2000). *El proceso logístico y la gestión de la cadena de abastecimiento*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/296483187_El_proceso_logistico_y_la_gestion_de_la_cadena_de_abastecimiento
- Mora Garcia, L. A. (2016). *Gestión logística integral las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento* (Segunda ed.). Ecoe Ediciones.
- Nickl, M. (2005). La evolución del concepto "Logística" al de "Cadena de suministros" y más allá. *Compras y Existencias*, 15-19.
- Palenzuela, J. L. (11 de Abril de 2016). *Cadena de suministro*. Obtenido de <https://www.cadenadesuministro.es/noticias/los-10-problemas-mas-comunes-en-la-gestion-del-almacen-para-las-pymes/>
- Pao Cos, J., & Navascués, R. (1998). *Manual de logística integral*. Ediciones Díaz de Santos.
- Paredes Fernandez, D. F., & Vargas Llerena, R. A. (2018). *Propuesta de mejora del proceso de almacenamiento y distribución de producto terminado en una empresa cementera del sur del país*. Tesis de grado, Arequipa. Obtenido de http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15643/1/PAREDES_FERNANDEZ_DAN_PRO.pdf

- Pepper Bergholz, S. (11 de Mayo de 2011). *MEDWave*. Obtenido de Revista biomédica revisada por partes:
<https://www.medwave.cl/link.cgi/Medwave/Series/GES03-A/5032>
- Polanco, Z. (11 de Julio de 2017). *Paradais Sphynx*. Obtenido de <https://naturaleza.paradais-sphynx.com/ecologia/poblacion.htm>
- Quijada Tacuri, V. H. (03 de Mayo de 2017). *Silo Tics*. Obtenido de Silo Tics: <https://silo.tips/download/evolucion-de-la-logistica-a-traves-del-tiempo>
- Real Academia Española. (2019). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/optimizar>
- Reserva Frances , D. (Mayo de 2010). Concepto y evolución de la función logística. (Innovar, Ed.) *BDigital*, 20(38), 217-234. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/22403/34728>
- Revelo Cueva, G. K. (2015). *Propuesta de mejoramiento de los procesos de recepcion y despacho en el centro de distribucion de la empresa Avon del Ecuador*. Tesis de grado, Sangolquí. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/11363>
- Revisa Dinero. (25 de Julio de 2011). *Noticias UAI*. Obtenido de <https://noticias.uai.cl/columna/creditos-casas-comerciales/>
- Revista Logística. (13 de Enero de 2016). *Supply Chain*. Obtenido de <https://revistadelogistica.com/actualidad/diez-elementos-claves-en-el-diseno-logistico-de-un-cedi/>
- Rodolfo, T. R. (Junio de 2016). *NG Logística*. Obtenido de NG Logística: <http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=2559&srch=&act=3>
- Sarache Castro, W., & Cardona Alzate, A. (2007). *La logística del transporte: un elemento estratégico en el desarrollo agroindustrial*.

Gobernación de Caldas, Secretaría de Educación. Obtenido de <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/55904>

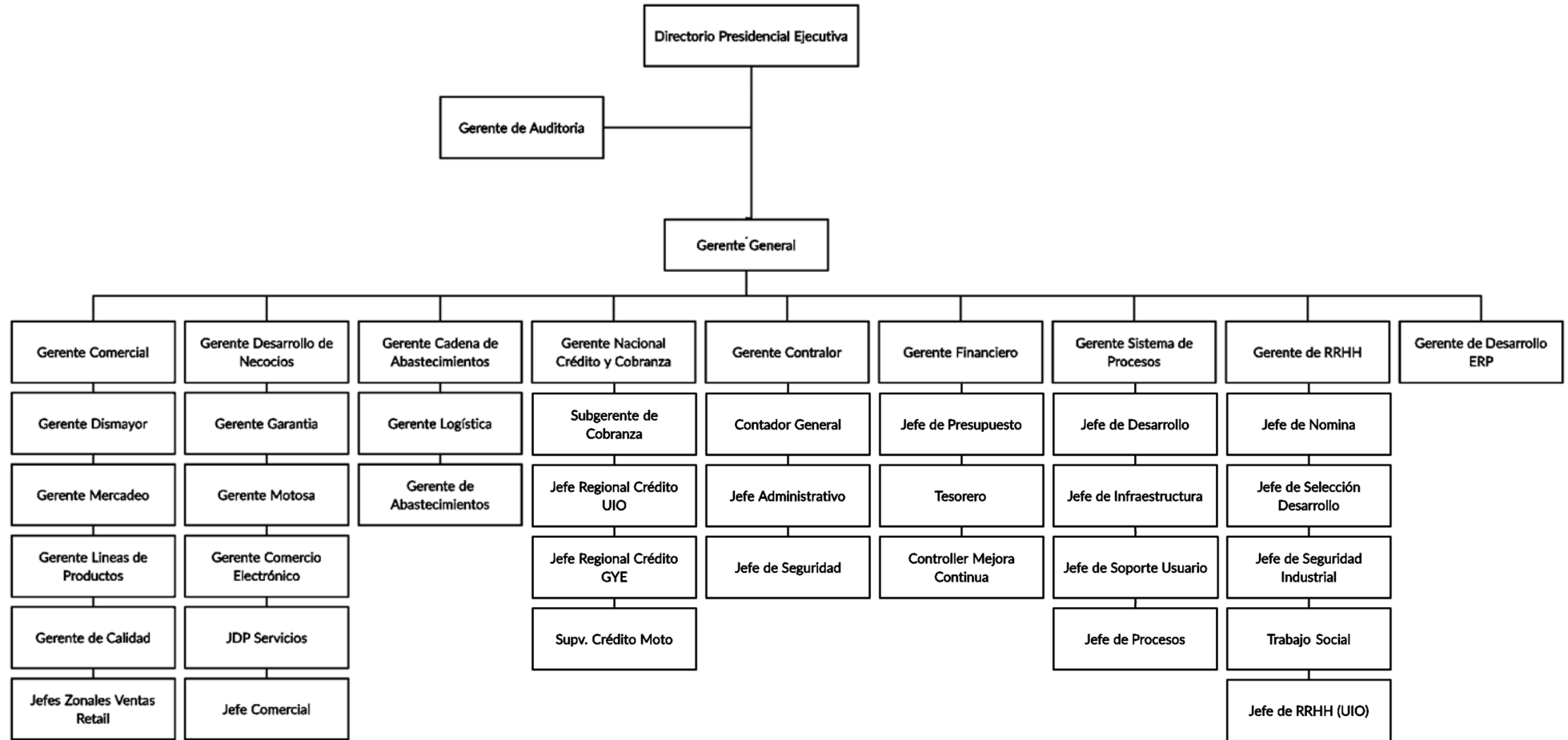
Supply Chain. (19 de Agosto de 2014). *EAE Business School*. Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/como-optimizar-la-logistica-de-distribucion-de-productos/>

Yepes Piqueras, V. (Abril de 2012). *Universitat Politècnica de València*.

ANEXOS

Gráfico 14:

Organigrama



Fuente: CRECOSCOP S.A

ANEXO 2

Formato de encuesta a clientes

Encuesta de satisfacción de cliente de la agencia Moto Zone Tundra de la empresa Créditos Económicos

Antes de empezar, se les informa que sus respuestas serán anónimas y solo serán utilizadas con fines académicos, respetando el criterio de confidencialidad.

1. ¿Qué tan seguido visita nuestra sucursal?

Diario Semanal Mensual Nunca

2. ¿Considera usted que el personal de la empresa está capacitado para atender al cliente?

Sí No

3. ¿Como calificarías la calidad de la atención recibida?

Excelente Buena Mala Pésima

4. ¿Cómo fue su experiencia al adquirir un producto en la agencia?

Excelente Buena Mala Pésima

5. ¿Cuál fue el tiempo de entrega de su pedido?

A tiempo Con retraso Nunca llego

6. ¿En qué estado recibió el producto?

Buen estado Mal estado Otro: _____

7. ¿Ha realizado alguna cancelación o devolución de producto?

Sí No

8. ¿Cuál es la probabilidad de que vuelva a comprar nuestros

productos?

Muy probable Poco probable Nada probable

9. ¿Considera usted adecuado y eficiente el servicio que se brinda a los clientes?

Sí No

10. ¿Recomendaría la Agencia a sus amistades?

Sí No