



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE:**

**TECNOLOGA SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

Tema:

**MEJORA PARA EL PROCESO DE DISTRIBUCION EN LA EMPRESA
PURE FRESH S.A., UBICADA EN CIUDAD DE GUAYAQUIL**

Autor:

Ponce Ardila Angélica Carolina

Tutor:

MSc. Ismelis Castellanos López

Guayaquil - Ecuador

2020

ÍNDICE GENERAL:

Contenido

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	vii
ABSTRACT.....	ix
CAPITULO I.....	1
1. EL PROBLEMA.....	1
1.1. Ubicación del problema en un contexto.....	1
1.2. Situación Conflicto	2
1.3. Formulación del Problema	3
1.4. Delimitaciones del problema	3
1.5. Variables de la investigación.....	4
1.6. Evaluación del problema	4
1.7. Objetivos de investigación.....	5
Capitulo II	8
2. Marco Teórico.....	8
2.1. Fundamentación Teórica	8
2.2. Antecedentes Históricos.....	8
2.3. Antecedentes Referenciales	12
2.4. Fundamentación Legal	15
2.5. Variables de Investigación	17
2.6. Glosario de Términos:	19
CAPITULO III.....	20
3. Metodología de la investigación	20
3.1 Presentación de la empresa.....	20
3.2. Diseño de la investigación	30
3.3. Población.....	33
3.4. Muestra.....	34
3.5. Tipos de Muestreo	35
3.6. Técnicas e Instrumentos de la Investigación	36
Capitulo IV.....	38

4. Análisis e interpretación de resultados	38
4.1. Tabulación y análisis de la encuesta	38
4.2. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta	48
4.3 Diagrama de Causa Y Efecto de la empresa PURE FRESH	49
4.4. Plan de mejoras	49
4.5 Costo de beneficio	51
4.5. Conclusiones	52
4.6. Recomendaciones	53
BIBLIOGRAFÍA	54
ANEXOS	58

Índice de Tablas

Tabla 3.1. Nómina de la empresa	22
Tabla 3.2. Competencia de PURE FRESH	24
Tabla 3.3. Materia prima y maquinaria	25
Tabla 3.4. Clientes de PURE FRESH	34
Tabla 4.1. Atención de la empresa PURE FRESH	38
Tabla 4.2. Regularidad en la compra de mercaderías	39
Tabla 4.3. Sistema eficiente para la entrega de mercaderías	40
Tabla 4.4. Entrega a tiempo de mercaderías	41
Tabla 4.5. Atención al momento de receptar los pedidos	42
Tabla 4.6. Estado del transporte que entrega las mercaderías	43
Tabla 4.7. Mercadería entregada en óptimas condiciones	44
Tabla 4.8. Reclamos atendidos inmediatamente	45
Tabla 4.9. Opciones en las que debe mejorar PURE FRESH	46
Tabla 4.10. Probabilidad de recomendación de la empresa PURE FRESH	47

Índice de Gráficos

Gráfico 4.1. Atención de la empresa PURE FRESH	38
Gráfico 4.2. Regularidad en la compra de mercaderías	39
Gráfico 4.3. Sistema eficiente para la entrega de mercaderías	40
Gráfico 4.4. Entrega a tiempo de mercaderías	41

Gráfico 4.5. Atención al momento de receptar los pedidos	42
Gráfico 4.6. Estado del transporte que entrega las mercaderías	43
Gráfico 4.7. Mercadería entregada en óptimas condiciones	44
Gráfico 4.8. Reclamos atendidos inmediatamente	45
Gráfico 4.9. Opciones en las que debe mejorar PURE FRESH	46
Gráfico 4.10. Probabilidad de recomendación de la empresa PURE	47

Índice de Figuras

Figura 2.1. Proceso de Distribución	11
Figura: 3.1. Logotipo de la marca PURE FRESH.....	20
Figura 3.2. Localización de la empresa PURE FRESH S.A.	21
Figura3.3. Organigrama de la empresa PURE FRESH S.A.	22
Figura 3.4. Porcentaje de empleados	23
Figura 3.5. Cartera de productos de PURE FRESH S.A.....	26
Figura 3.6. Proceso de adquisición de materia prima	31
Figura 3.7. Proceso de distribución de mercadería Pure Fresh S.A.	32
Figura 4.1. Causas del problema de la distribución de mercadería	49

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Ubicación del problema en un contexto

La logística en los primeros indicios fue un proyecto militar, que consiguió su mayor éxito en la Segunda Guerra Mundial, evolucionado en la movilización y distribución de combustibles, armas, alimentos, vestimenta, etc. Las grandes batallas de esas épocas hicieron necesario que se crearan procesos de logísticas para mejorar la organización de la distribución de los insumos que se requerían, a esto se le denominó “gestión de cadena de servicios” actualmente “demanda de cadena de servicios”.

La distribución es un proceso que en la actualidad enfrentan varios problemas cotidianos en las empresas en área de almacenamiento, pedidos y entrega.

En actualidad se utiliza diferentes canales de distribución para acceder a los consumidores para de esta manera generar un impacto positivo en la relación cliente empresa, se los realiza valorando el tiempo requerido y calidad adecuada, para de esta manera lograr llenar las expectativas de los clientes.

La empresa Pure Fresh S.A., presenta ciertas dificultades en el manejo adecuado de la distribución y despacho de sus mercaderías, esto ocasiona que las mercancías lleguen tarde o en mal estado a sus respectivos destinos, lo que ha generado muchas quejas e inconformidad en los clientes e incluso ha llevado a la terminación de la relación comercial con los mismos, siendo esto algo negativo para empresa ya que afecta en gran medida a los ingresos económicos de la entidad

La distribución de mercaderías en los distintos países es muy diferente por su cultura, riqueza estatus global, tecnología e innovación en sus procesos, esto ha hecho que se obtenga mejores resultados, todo esto es de gran beneficio para las empresas ya que les permite optimizar tiempo y recursos valiosos, también la población se beneficia ya que recibe sus productos de una forma más rápida. La distribución sostiene un enfoque logístico siendo de gran importancia sus canales de distribución cuando lo necesita el cliente y tiempo requerido.

El sector de las microempresas ecuatorianas contribuye al crecimiento y desarrollo de la economía del país, pero estas presentan muchas falencias en sus procesos de distribución de mercaderías en comparación con las grandes empresas que ya tienen sus procesos bien definidos y optimizados.

Se hace necesario que en todas las empresas ya sean estas grandes o pequeñas la implementación de procesos o técnicas que permitan mejorar la organización y distribución de mercaderías, esto repercutirá en la entrega a tiempo de las mercancías volviendo a las entidades más competitivas en el mercado que es muy dinámico.

Uno de los problemas que aqueja a las pequeñas empresas es la falta de recursos económicos, lo que no permite contratar a personal especializado y la maquinaria necesaria para desarrollar las actividades de logística, para mejorar esta situación se debe buscar financiamiento a través de entidades financieras.

1.2. Situación Conflicto

La empresa Pure Fresh S.A., tiene 12 años en el mercado, está se dedica a la comercialización y distribución de agua en botella, galones y bidones, sus instalaciones se encuentran ubicada en la ciudad de Guayaquil. En los últimos tiempos vienen surgiendo inconvenientes en la logística de la empresa, específicamente en la distribución y entrega de las mercaderías. Existe malestar en los clientes, quienes de manera constante vienen

efectuando reclamos por los retrasos que tiene la empresa al momento de entregar los productos, esto ha ocasionado que varios clientes dejen de ser clientes. Los errores más comunes son desconocimientos de las rutas de entrega de pedidos, el correcto manejo de mercadería en el transporte que será trasladado.

El departamento de bodega no cuenta con procedimientos definidos para el área encargada de la distribución de los pedidos, esto hace que exista desorganización y confusión entre colaboradores al momento de realizar retrasando los pedidos de los clientes.

Existe falta de compromiso y poco interés por parte de los empleados siendo una descoordinación en el clima organizacional de la empresa está cayendo y su rendimiento llevará a lamentables tomas de decisiones como despidos o cierre de planta purificadora de agua.

Los vehículos que se utilizan para la distribución de las diferentes mercaderías en su mayoría no se encuentran en óptimas condiciones, llegando a sufrir daños en el momento en que se realiza las entregas de los productos, esto ha ocasionado que se den retrasos en la entrega de los pedidos.

En el proceso de distribución con el cumplimiento de hora de llegada de mercadería cumpliendo una hora de la salida y entrega para mayor conformidad del cliente. Estableciendo en el departamento de bodega, un equilibrio estable con los empleados y clientes mejorando el nivel de satisfacción óptima en toda la empresa. Con siguiente proyecto se va a realizar con las metodologías para la efectuada de ello.

1.3. Formulación del Problema

¿Cómo incide el proceso de distribución actual de mercaderías de la empresa Pure Fresh S.A., en la satisfacción de sus clientes?

1.4. Delimitaciones del problema

Campo: Administración de mercadería

Aspecto: Proceso de despacho mejoras de distribución

Área: Área de Distribución

Periodo: 2019- 2020

1.5. Variables de la investigación

Variable independiente: Proceso de distribución de mercadería

Variable dependiente: Satisfacción del cliente

1.6. Evaluación del problema

Claro: El presente trabajo está desarrollado con coherencia, bases sólidas para su comprensión y resultados detallados.

Evidente: Con los recursos empleados en investigación arrojando los detallados procesos de la distribución de planta donde se está llevando a cabo el trabajo sin satisfacer las necesidades del cliente.

Concreto: Esta detallada información proporcionada por empresa Pure Fresh S.A., fue estudiada minuciosamente recopilando información apropiada y transparente por el área de distribución de mercadería de la misma.

Relevante: Este estudio de investigación es mucho interés e importancia para mejorar la distribución de mercadería en empresa Pure Fresh S.A., y obteniendo los resultados que se requiere para ser más competitivos en esta área logrando el éxito esperado.

Factible: La siguiente información esta otorgada en la aplicación de propuesta de mejora de distribución de mercadería en empresa Pure Fresh S.A., en la satisfacción del cliente final facilitando el tiempo de entrega y condiciones adecuadas de la mercadería a entregar.

Variables: En la siguiente clasificación métodos de estudios de distribución de mercadería.

Variable independiente: Proceso de distribución de mercadería

Variable dependiente: Satisfacción del cliente.

1.7. Objetivos de investigación

Objetivo general

Proponer mejoras al proceso de distribución de mercaderías en el área de bodega de la empresa Pure Fresh S.A., ubicada en ciudad de Guayaquil para contribuir al incremento en la satisfacción de sus clientes.

Objetivos específicos

- Fundamentar aspectos teóricos sobre el proceso logístico de distribución.
- Diagnosticar el proceso actual de distribución de mercadería de la empresa Pure Fresh S.A., de Guayaquil, evaluando su incidencia en la satisfacción de sus clientes.
- Proponer mejoras para el proceso de distribución de mercaderías de la empresa Pure Fresh S.A.

1.8. Justificación de la Investigación

La satisfacción de los clientes de la empresa Pure Fresh S.A., debido a la problemática del tiempo de entrega y estado de agua en sus respectivos embalajes inadecuados, resulta de gran importancia que se evalúe, revise con detalle los procesos antes de salir de la empresa para la intervención de mejoras en diseñar, dirigir y ejecutar que la mercadería obtenga una gran expectativa de nuestros clientes.

La empresa envasadora y distribuidora de agua Pure Fresh S.A., ubicada en la ciudad de Guayaquil, donde se ejecutará la investigación, para dar seguimiento y determinar causas del incremento de la satisfacción del cliente para reducir el tiempo, calidad y estado del producto para ellos realizaremos procesos de mejoras de distribución.

En la actualidad, para las empresas a nivel internacional es un objetivo fundamental que les permite observar errores que son revisados y evaluados para ejecución de un plan de acción inmediato para la mejora de

distribución siendo eficientes y obtener ventaja competitiva sobre la competencia.

La presente investigación surge de la necesidad de analizar la razón por la cual la empresa está perdiendo clientes y por ende grandes pérdidas económicas que ha provocado el deterioro de la misma. Al identificar los problemas que se tiene al momento de distribuir la mercadería se podrá rediseñar nuevas estrategias que la empresa junto con sus trabajadores tendrá que adoptar, para elevar la eficacia en la entrega y tiempo del producto.

El enfoque de proponer las mejoras a la distribución de mercadería en la bodega de la empresa Pure Fresh S.A., en tiempo solicitado de entrega para la satisfacción del cliente basado a los datos que ha otorgado la empresa para tomar la mejor propuesta de mejora.

La mejora propone ejecutar y garantizar satisfacción del cliente de acuerdo con la hora de entrega y cumplimiento de los procesos de distribución de mercadería para una mejor atención y un ambiente adecuado, beneficiando no solo a la empresa Pure Fresh S.A., sino también a sus clientes directos e indirectos que realizan su compra de mercadería, abastecimiento de hogares, negocios a gran escala.

El proyecto propone que el rediseño de las estrategias que serán empleadas proporcionara el respectivo beneficio económico para las personas que pertenecen a la empresa. Cuenta con una visión amplia y clara para ayudar a más empresas en la misma situación, está orientado a sus variables y debidamente analizado para la ejecución.

En este presente proyecto se ejecutará mediante metodologías que ayuden a la elaboración del mismo.

Conveniente: Nuestra investigación es muy conveniente se estudia de manera muy efectivamente el área que estamos trabajando y situación actual de organización y estudio sirve exclusivamente para la empresa reduciendo el tiempo y entrega de los pedidos mejorando las estrategias.

Relevancia social: Los resultados de la investigación son de utilidad para la mejora de la distribución de mercadería y beneficiara a toda la empresa obteniendo mayor posibilidad en mercado actual, incrementando las ventas en empresa Pure Fresh. S.A...

Implicación practica: La propuesta contribuirá a resolver problemáticas actuales como la satisfacción del cliente en demora de mercadería, imperfecciones, mal estado y pedidos incompletos o llegar un caso de trato inadecuado por la persona encargada de repartir la mercadería.

Capítulo II

2. Marco Teórico

2.1. Fundamentación Teórica

La satisfacción del cliente debe lograr grandes expectativas para el cumplimiento de necesidades y deseos sea este un bien o servicio, para las empresas es de importancia obtener los resultados esperados, según (Philip A. , 2003)

2.2. Antecedentes Históricos

Las personas de las épocas pasadas utilizaban sus animales como medio de transporte siendo este por tierra o mar, y recorrían gran distancia para vender o intercambiar lo que poseían por ejemplo comida, ropa en otros. Sin embargo, en ciertos países siguen utilizando este medio para abastecerse de lo que necesita o requiera.

Distribución

Según (Fleitaman, 2000) , la distribución comprende las estrategias y los procesos para mover los productos desde el punto de fabricación hasta el punto de venta.

Para (Ferrell, 2010,2004) la distribución es el acto de hacer que los productos estén disponibles para los clientes en las cantidades necesarias.

En que se enfocan los procesos

Su enfoque de transformar los recursos en bienes y servicios. El objetivo que producto cumplir con las exigencias del cliente con su entrega y calidad. En este proceso estratégico que es utilizado para la correcta organización en distribución. (Perez & Heizer, 2004)

Según (Hernandez & Medina, 2014) medir la eficiencia como su principal objetivo para la empresa con su evaluación constantemente del tiempo y sus recursos, con el grado de satisfacción del cliente.

Canal de distribución

Para (Kotler P. , 2010) es la terminación de producto cumpliendo con los estándares de calidad en tiempo requerido el cliente.

Canal de distribución directo

Solo está conformado la empresa fabricante y el consumidor final. La empresa fabricante es la encargada de llevar los bienes o servicios directamente hasta donde el consumidor o el consumidor va directamente donde el fabricante para realizar la compra.

Canal de distribución indirecto corto

Está conformado por la empresa fabricante, un intermediario o mayorista y el consumidor.

Canal de distribución indirecto largo

El canal de distribución indirecto largo está conformado por la empresa fabricante, dos o más intermediarios y el consumidor final. (6)

Factores del canal de distribución

Según (Kotler P. , 2008). Determina que existen diferentes factores:

Mercado local; Son todas las organizaciones que se desarrollan con la finalidad de vender y adquirir productos para satisfacer las necesidades de los clientes.

Producto; Es el proceso de un bien con la finalidad de vender y obtener ganancias en toda su mercancía.

Intermediarios. - Son los proveedores que relacionan con el consumidor a fin de realizar una venta.

Compañía. - Es una organización que se desarrolla mediante el proceso de producción para dar satisfacción a sus clientes con su objetivo principal es obtener mayor rentabilidad en sus ingresos.

Importancia de la distribución

Calidad en servicio. - Según (Pizzo, 2018) es un servicio accesible, adecuado, ágil, oportuno, seguro y confiable, con bajas situaciones errores o atrasos cumpliendo con todas las indicaciones.

Términos de “logística”

Para Ferrel (Hirt, Ramos, Adriaensens, & Flores, 2004)La logística es” una función operativa importante que comprende todas las actividades necesarias para la obtención y administración de materias primas y

componentes, así como el manejo de los productos terminados, su empaque y su distribución a los clientes”

Para Lamb (Lamb, Hair, & Carl, 2002) La logística es “el proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas, de las existencias en proceso y los bienes terminados del punto de origen al de consumo”

Clasificación de sistemas de distribución

Distribución intensiva. La mayoría de los fabricantes que siguen una estrategia de distribución intensiva venden a un gran porcentaje de los mayoristas dispuestos a guardar sus productos. (Garcia, 2012)

Distribución selectiva. La distribución selectiva es cuando hay diferentes puntos estratégicos para su venta.

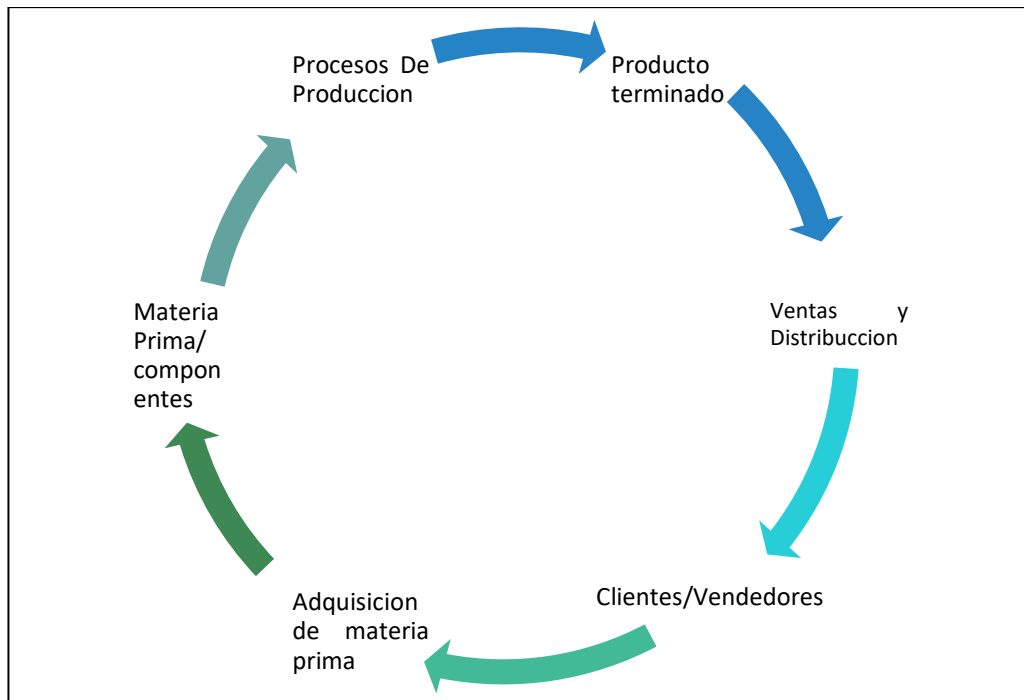
Distribución exclusiva. La distribución exclusiva se especifica en un área específica, esto quiere decir en un punto fijo.

Satisfacción del cliente

Para (Berry, 1969) : Es la inadecuación de la recompensa recibida del cliente al momento de calificar su satisfacción que recibe de parte de empresa de servicio o bienes.

Para (Hill, 1993) define la satisfacción de cliente es la experiencia que desea recibir el cliente en su producto o bienes

Figura 2.1. Proceso de Distribución



Fuente: PURE FRESH S.A
Autora: Angelica Ponce

Proceso general de Distribución

El proceso de distribución es la disposición de las diferentes áreas para la coordinación efectiva del trabajo, como es su almacenamiento y transporte.

Actividad de la distribución física

Actividad física es almacenamiento logístico de mercadería para su respectivo traslado.

Gestión de pedido

Se recibe la solicitud del pedido de acuerdo a su ingreso, con la respectiva planificación y programación para una entrega oportuna de la mercadería solicitada.

Actividad de inventario

Es el registro detallado del ingreso y egreso con la información que tiene la empresa teniendo en constancia sus pérdidas y ganancias respectivamente, con la disponibilidad de los productos para el consumidor final.

Actividad de almacenamiento; Es el correcto almacenamiento de la mercadería en el área de bodega con las indicaciones respectiva por tamaño, cantidad con la fecha elaboración y su expiración.

Actividad de transporte: El traslado de la mercadería juega un papel importante donde se toma en cuenta el buen estado del embalaje, sellos de seguridad siguiendo con todos los protocolos para la entrega de mercadería.

2.3. Antecedentes Referenciales

Tema: "Propuesta de mejora del proceso de producción en una planta embotelladora de productos de consumo masivo mediante técnicas Lean".

Autor: Llonot Jesús, José. Viacava Campos Gino Evangelista. Málaga Lasanta, María Isela.

1. Shinno Huamani, Miguel (0000-0002-1732-8788). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas Escuela de Postgrado Maestría en Dirección de Operaciones y Logística.

Resumen: La empresa materia del trabajo de investigación es una empresa embotelladora que manufactura, distribuye y comercializa bebidas gasificadas, agua procesada, energizantes, rehidratantes y néctares, se funda como grupo familiar en Ayacucho en 1988 y lanza al mercado local el primer producto de Kola Real, en 1988 inicia sus operaciones a través de la planta en Huará y luego a inicios del 200 en Arequipa.

También procesos como la gestión de la logística de entrada, planeamiento, almacenamiento y logística de salida, así como la logística inversa se está planteando que sean coordinando a nivel de grupo para obtener eficiencias de escalas.

Por ello la importancia de este trabajo de investigación, que tiene el propósito de analizar. Identificar, diseñar y plantear propuestas de mejora de la eficiencia de corto plazo y empleando recursos que requieren bajos presupuestos.

Se disminuyó el excesivo tiempo en los cambios de formato (sabor y tamaño de envase) al aplicar la técnica de SMED y se impactó positivamente la eficiencia en 1.73% (Llontop Jesus, 2018)

Esta investigación representada de la embotelladora de propuesta de mejora del proceso de producción este proyecto tiene el propósito analizar y plantear la propuesta para la mejora de la producción en planta envasadora de agua. Nos contribuye a resultados claros a resolver toda clase de inconvenientes en negocio y hacer tendencia en medio de la competencia.

El estudio representado nos colabora para el estudio realizado para la empresa Pure Fresh S.A., donde combinamos nuevas ideas y coordinamos mejor las técnicas de los procesos. Obteniendo de inmediato los resultados para evaluar y hacer las respectivas mejoras del mismo, esta investigación nos ayudó en nuestro problema que presenta actualmente la empresa que requiere la mejorar en el proceso distribución.

2.Facultad de Ciencias Económicas Y Administración.

Tema: “Planta Purificadora y Envasadora de Agua”. Trabajo de Titulación en conformidad a los requisitos para obtener el título de ingeniería comercial.

Autor: Andrés Villacrés.

Resumen

El resultado de esta investigación se ha visto reflejado a lo largo de los capítulos anteriores y desde distancias ópticas. Para concretar todas estas informaciones a continuación se dan algunas conclusiones:

Se realizó una investigación a través de métodos bibliográficas para sustentar la necesidad de la ozonización del agua embotellada. Se determine que el Proyecto es rentable siempre cuando la tendencia del Mercado consumidor siga al alza.

Como conclusiones adicionales se puede decir que es muy importante el mantener la maquinaria en perfectas condiciones, de tal manera que se pueda dar un producto final libre de impureza y bacterias. Este plan

negocio tiene un análisis para determinar la rentabilidad del mismo y su aumento de su capital. Se logrado determinar qué proyecto tiene resultados positivos y buenas ganancias para todos los involucrados gracias a la implementación de los objetivos al principio de investigación obteniendo la rentabilidad para empresa envasadora de agua.

Esta investigación está dirigida a la participación de nuevos métodos para la obtención de un producto de calidad y estricto proceso del líquido vital.

Con esta base sólida y bien ejecutada nos da un claro resultado para nuestra investigación que se trata de una envasadora de agua para ser rentables, solidas. Referente a los estudios que se implementaron en mismo. Para la ejecución de Pure Fresh S. A (Villacres, 2010)

3.Universidad de Guayaquil Facultad de ciencias Administrativas Carrera Ingeniería Comercial.

Tema: Mejora de proceso para el personal Administrativo y de Producción en Empresa Purificadora de agua “la Preferida”.

Autor: Glenda Cadena, América Vásquez

Resumen: Él presente trabajo de investigación está orientado hacia la mejora de procesos administrativos de empresa purificadora de agua la Preferida. La empresa se dedicada a la purificación y distribución de agua de consume masivo. sus principales productos son agua puro, la cual usa la más alta tecnología al momento de la purificación del líquido vital.

A lo largo de la investigación se concluye que los manuales de proceso y funciones son indispensables en cualquier empresa, ya que con ellos se logra una mayor eficiencia por parte de sus empleados ya que facilitan la estandarización de los procesos.

Revisar periódicamente los manuales de funciones y procesos para controlar su aplicación, continua y analizar si existen necesidades de cambio para obtener una mejora positiva y se adopte los manuales de proceso. (Cadena & Vasquez)

Para el presente Proyecto se detectó deficiencia en las áreas asignadas para los integrantes de empresa este el primer conflicto de purificadora que se está estudiando, para la mejora se realizaron varias opciones para ejecución y obteniendo notables resultados positivos después de su ejecución.

Esta investigación nos comparte información de los diferentes conflictos que se presentan en la administración, distribución ayudando la aplicación de propuestas de mejoras se obtiene los resultados deseados. Nos da un claro ejemplo para nuestra empresa que estamos evaluando para su mejora aporta satisfactoriamente para tener un claro ejemplo de lo que atraviesan las empresas purificadoras de agua. En cual su colaboración ayuda a empresa que estamos estudiando Pure Fresh S.A.

2.4. Fundamentación Legal

Ley orgánica de defensa del consumidor

Responsabilidades y obligaciones del proveedor

Art.17; Obligaciones del proveedor: Es obligación de todo proveedor, entregar al consumidor información veraz, suficiente, clara, completa y oportuna de los bienes o servicios ofrecidos, de tal modo que este pueda realizar una elección adecuada y razonable.

Art.18; Entrega del bien o prestación; Todo proveedor está en la obligación de entregar o prestar, oportuna y eficiente el bien o servicio, de conformidad a las condiciones establecidas de mutuo acuerdo con el consumidor.

Art.19; indicación del precio: Los proveedores deberán dar conocimiento al público de los valores finales de los bienes que expendan o de servicios que ofrezcan, con excepción de los que por sus características deben regularse convencionalmente. el valor final deberá indicarse de un modo claramente.

Visible que permita al consumidor de manera efectiva, el ejercicio de su derecho a elección, ante de formalizar o perfeccionar el acto de consumo.

Art.20; Facturas. El proveedor está obligado a entregar al consumidor, factura que documento el negocio realizado, de conformidad con las disposiciones que en esta materia establece el ordenamiento jurídico tributario. El caso de que, al momento de efectuarse la transacción, no se entregue el bien o se preste el servicio, deberá extenderse un comprobante adicional firmado por las partes, en el constara el lugar y la fecha en la que se lo hará y las consecuencias del incumplimiento o retardo. En concordancia con lo previsto en los incisos anteriores, En el caso de prestación de servicios, el comprobante adicional deberá detallar, además componentes materiales que se empleen con motivo de la presentación del servicio, el precio por unidad de los mismos y de la mano de obra; así como los términos en que el proveedor se obliga, en los casos en que el uso práctico lo permita.

De la contaminación art 22.- Prohíbas toda contaminación de las aguas que afecte a la salud humana o al desarrollo de la flora o de la fauna. El Consejo Nacional de Recursos Hídricos, en colaboración con el ministerio de salud pública y las demás entidades estables, aplicará la política que permitirá el cumplimiento de esta disposición. Se concede acción popular para denunciar los hechos que se relacionan con contaminación de agua. La denuncia se presentará en Defensoría del Pueblo.

En el artículo 32; Manda que: **“la salud es un derecho que garantiza el estado, cuya realización se vincula al ejercicio de otros derechos al agua, la alimentación, (...) y otros que sustentan el buen vivir”.**

Artículo 66, El derecho a desarrollar actividades económicas en forma individual o colectiva, conforme a los principios de solidaridad, responsabilidad social y ambiental. El derecho a la libertad de contratación. El derecho a la libertad de trabajo. Nadie será obligado a realizar un trabajo gratuito o forzoso, salvo los casos que permita la ley.

La ley orgánica de salud, en el artículo 6,numeral 18, señala como responsabilidad del ministerio de salud pública regular y realizar el control sanitario de producción, importación, distribución, almacenamiento transporte comercialización dispensación y expendio de alimentos

procesados y otros productos para uso y consumo humano, así como los sistemas y procedimientos que garanticen su inocuidad, seguridad y calidad; que las normas INEN en el numeral 3.1.3 especifican que el límite máximo permitido representa un requisito de calidad del agua potable que fija dentro del ámbito del conocimiento científico y tecnológico del momento un límite sobre el cual el agua deja de ser apta para el consumo humano. Para la verificación del cumplimiento, los resultados se deben analizar con el mismo número de cifras significativas establecidas en los requisitos de esta forma y aplica las reglas para redondear números.

La comercialización del agua embotellada debe con parámetros estrictos de calidad y control en un mercado con oferta y demanda de sus productos sean estos procesados o en estado primario con el objetivo de satisfacer a nuestros ciudadanos y clientes buscando así la calidad y por otra parte el buen precio. (Gallegos, 2016).

Reglamento de salud y seguridad de los trabajadores y mejoramiento del medio ambiente de trabajo – decreto ejecutivo n°2393(ministro de trabajo,1998)

Art.1; ámbito de aplicación; las disposiciones del presente reglamento se aplicarán a toda actividad laboral y en todo centro de trabajo, teniendo como objetivo la prevención, disminución o eliminación de los riesgos de trabajo y mejoramiento del medio ambiente de trabajo.

Art.11; obligaciones de los empleados; son obligaciones generales de los personeros de la entidades y empresas públicas y privadas, las siguientes;

1. adoptar las medidas necesarias para la prevención de los riesgos que puedan afectar a la salud y al bienestar de los trabajadores en los lugares de trabajo de su responsabilidad.
2. mantener en buen estado de servicio las instalaciones, maquinas, herramientas y materiales para un trabajo seguro.

2.5. Variables de Investigación

Variable independiente: Proceso de distribución de mercadería

Es la conformidad del pedido como entrega, el perfecto estado del producto y adonde será entregado entre otros aspectos en consideración. La importancia del proceso de distribución incita a las empresas a buscar continuamente mejorar el proceso de distribución y a una racionalización de la gestión. Si se elimina un nivel del canal, las tareas ejercidas en el mismo deberían ser realizadas necesariamente por otros. Unas funciones pueden pasar de un nivel a otro, ser realizadas por distintos componentes del canal, pero no pueden ser eliminadas. (Mohammad, 2005)

En esta investigación la variable independiente es:

Investigación: Se procede a una exhaustiva investigación de campo para lograr los procesos de distribución y obtener el éxito propuesto para nuestro producto de venta. Está compuesto con las siguientes encuestas a los clientes, evaluar competencia y crear metas a futuro.

El cliente es una parte esencial sin ellos no funcionaría las diferentes negociaciones entre ambas partes.

Esta investigación se evalúa cada una de variables que esta específicamente dirigido a los procesos de manera que se cumplan el objetivo de la satisfacción del cliente.

Variable dependiente: Satisfacción del cliente

La satisfacción se define como el proceso que experimenta el cliente por el cual percibe y evalúa una supuesta experiencia (Acevedo, 2011)

Entrega a Tiempo. Satisfaciendo con el tiempo requerido y ofrecido por parte de empresa cumpliendo con estándares de alta competitividad y exigencia del cliente final.

Métodos para medir la satisfacción del cliente. -Es fundamental conocer el nivel de satisfacción que obtienen los clientes de nuestros productos o servicios son ¿qué método eso utilizar? ¿Cómo llevarlo a cabo? ¿cuánto me va costar?

Importancia de la satisfacción del cliente

Para (Kotler & Asmstrong, Fundamentos de Marketing, 2006) en la actualidad, lograr la plena satisfacción de cliente es un requisito

indispensable para ganarse un lugar en la “mente” de los clientes y, por ende, en el mercado meta.

Es de gran importancia la variable independiente está dirigido a los clientes, donde se está realizando la investigación.

2.6. Glosario de Términos:

Trasladación: Se refiere la acción y el efecto de trasladar, es decir, llevar alguien o algo de un lugar a otro. (Ucha, 2011)

Estándares: Estándar es una medida que expresa lo que debe hacerse y cuan bien debe hacerse en materia educativa. (Ravirch, 1995)

Variables: Las variables indican los estudios realizados, donde se mide y observa la investigación.

Variables independientes: Factores que constituyen la causa, siendo que previamente han demostrado ser factores de riesgo del problema que se estudia en el nivel investigativo relacional.

Variables dependientes: Representa la variable del estudio. Mide o describe el problema que se está estudiando.

Cuantitativas: Explicar y obtener conocimientos profundos de un fenómeno a través de la obtención de datos extensos narrativos.

Cualitativas: Explicar y predecir y/o controlar fenómenos a través de un enfoque de obtención de datos numéricos.

Nominales: Es la escala más elemental y la forma más rudimentaria de medir (Coronado, 2007)

De intervalo: La medición en una escala de intervalos se basa en suponer que puede conocerse exactamente la diferencia entre los objetos medidos según esta escala. (Coronado P M. , 2007)

De razón: Llamadas también escalas de cocientes. Estas escalas tienen las propiedades de las ordinales y de intervalo. (Coronado P M. , 2007)

Ordinales: Las categorías de los datos son mutuamente excluyentes, es decir, un objeto o individuo debe pertenecer a una de las categorías. (Coronado P M. , 2007)

Distribución. - es el traslado de la mercadería al consumidor final

CAPITULO III

3. Metodología de la investigación

3.1 Presentación de la empresa

La empresa Pure Fresh S.A., fue fundada en año 2008 por los señores Walter Franco Yánez y Eduardo Franco Yánez como una envasadora de agua purifica bajo la marca comercial ACUARIO, en el año 2012 como estrategia de marketing la entidad efectuó un cambio de nombre de la marca pasando a llamarse ACUANTICA hasta el año 2015. En el año 2018 la sociedad conformada por los hermanos Franco Yánez termino llevándose a cabo la repartición de los equipos y maquinaria, El sr. Eduardo Franco decidió continuar con la empresa y nuevamente se realizó un cambio de nombre de la marca pasando a llamarse PURE FRESH.

Actualmente la empresa tiene 12 años ofreciendo sus productos de agua purificada en el mercado, sus instalaciones se encuentran ubicada en la ciudad de Guayaquil.

- Gerente: Sra. Jennifer Ponce
- Dirección: Los Vergeles mazana D solar 19
- Teléfono:0939257427
- RUC: 1712702412
- Registro Sanitario:001

Figura: 3.1. Logotipo de la marca PURE FRESH



Fuente: PURE FRESH S.A
Autora: Angélica Ponce Ardila

Objeto social

La empresa Pure Fresh S.A., se constituye como un negocio con responsabilidad social y ambiental, que se dedica al envasado de agua purificada en diferentes presentaciones, distribución y comercialización en: negocios, tiendas, colegios, supermercados, domicilios, entre otros.,

Misión

Somos una empresa que produce agua purificada y embotellada en diferentes presentaciones con el mayor estándar de calidad, para contribuir a una mejor la calidad de vida y satisfacción de los consumidores, garantizando su distribución y alcance a la ciudadanía en general mejorando constantemente nuestros procesos con el personal más competente.

Visión

Ser una empresa referente en la producción, venta y distribución de agua purificada, generando confianza en nuestros clientes y obtener el mejor posicionamiento en el mercado para que nuestra marca sea reconocida a nivel nacional.

Ubicación de la de la empresa PURE FRESH S.A.

La empresa para efectuar sus operaciones se encuentra localizado en un lugar estratégico de la ciudad de Guayaquil.

Figura 3.2. Localización de la empresa PURE FRESH S.A.

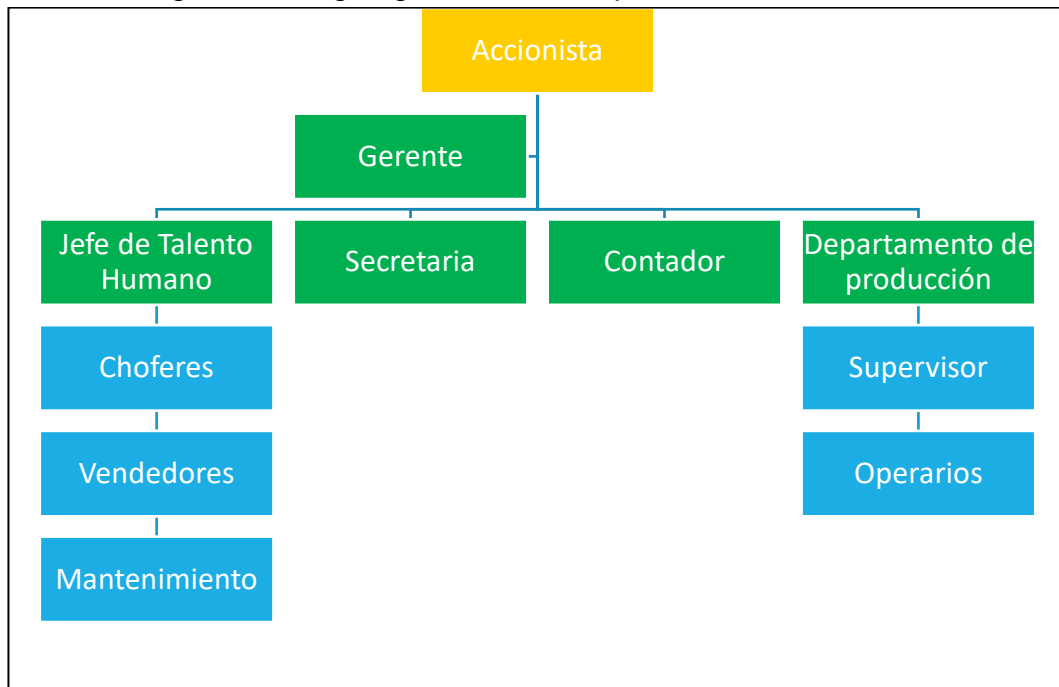


Fuente: Google maps

Autora: Angélica Ponce Ardila

Estructura organizativa

Figura 3.3. Organigrama de la empresa PURE FRESH S.A.



Fuente: PURE FRESH S.A
Autora: Angélica Ponce Ardila

Plantilla total de trabajadores de PURE FRESH S.A.

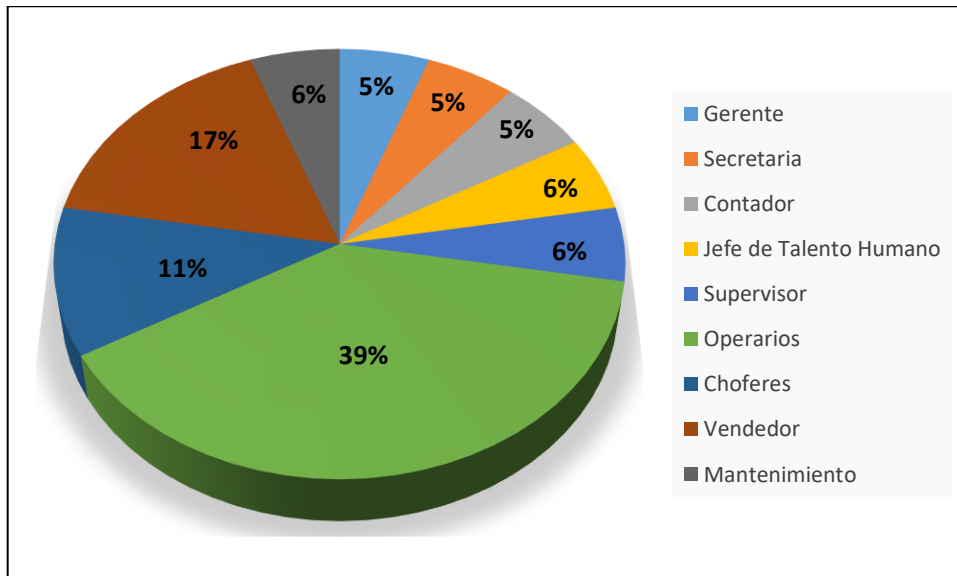
Tabla 3.1. Nómina de la empresa

Cargo	Cantidad
Gerente	1
Secretaria	1
Contador	1
Jefe de Talento Humano	1
Supervisor	1
Operarios	7
Choferes	2
Vendedor	3
Mantenimiento	1
Total	18

Fuente: PURE FRESH S.A
Autora: Angelica Ponce

Cantidad de trabajadores por categoría ocupacional

Figura 3.4. Porcentaje de empleados



Autora: Angelica Ponce

Lista de principales Clientes

- Supermercado Cárdenas
- Tienda "Esperanza"
- Supermercado "Más Barato"
- Bazar "Aguilar"
- Tienda "El Cincuentazo"
- Librería Dieguito
- Tienda "Hermanos Gonzabay"
- Laínez Sara
- Moran Carlos
- Cedeño Juan
- López Silvia
- Mera Lidia
- Comercial Espinoza

Lista de Proveedores

- Tang S.A.
- Interagua
- Plásticos – FADESA

- FLEXO PRINT
- ACUAMAIN

Principales competidores

Tabla 3.2. Competencia de PURE FRESH

Marca	Empresa
	CORPORACIÓN AZENDE
	ARCA COCA COLA
	BIG COLA GRUPO AJE
	ACUARIO S.A.
	RE.S.G.A.S.A.
	CERVECERIA NACIONAL


	<p>TESALIA SPRINGS CBC</p>
---	----------------------------

Fuente: PURE FRESH S.A
 Autora: Angelica Ponce

Principales materias primas y maquinaria de Pure Fresh S.A.

Tabla 3.3. Materia prima y maquinaria

	<p>Tapones</p>
	<p>Liniers</p>
	<p>Etiquetas</p>
	<p>Sellos de seguridad</p>
	<p>Filtros</p>
	<p>Reservorios</p>

	<p>Embotelladora</p>
---	----------------------

Fuente: PURE FRESH S.A
 Autora: Angelica Ponce

Productos de la empresa PURE FRESH S.A.

PURE FRESH es siete veces filtrada, el agua ideal para todo momento del día ofrece un producto con características eco amigable que ayuda a cuidar el medio ambiente, tiene varias presentaciones las cuales son: bidón de 20 litros, botella de 250 y 600 mililitros, galón de 4, 6 y 8 litros.

Figura 3.5. Cartera de productos de PURE FRESH S.A.



Fuente: PURE FRESH S.A
 Autora: Angelica Ponce

PURE FRESH S.A.

Balance General

01 de enero del 2019

Activos		
Activos Corrientes		
Efectivo		\$ 35.000
Cuentas por cobrar a clientes		12000
Mercadería		8000
Anticipo de proveedores		<u>1300</u>
Total, de activos de corriente		\$ 56.300
Activos no Corrientes		
Propiedad planta y equipo	\$ 50.000	
Depreciaciones Acumuladas	<u>4000</u>	
Total, de Activos no Corriente		\$ 54.000
Pasivos		
Pasivos Corrientes		
Proveedores por Pagar		\$ 17.000
Impuestos por Pagar		\$ 5.000
Otras Cuentas por Pagar		\$ 1.500
Préstamos a Largo Plazo		\$ 6.300
Prestaciones por Pagar		<u>\$ 800</u>
Total, de Pasivo		\$ 30.600
Patrimonio		
Capital		\$ 15.000
Utilidad del ejercicio		<u>\$ 8.400</u>
Total, de Capital		\$ 23.400
Total, Pasivo y Patrimonio		\$ 54.000

PURE FRESH S.A.
Estado de Resultado
Al 01 de enero del 2019

Ingresos		\$ 7.850,00
Ventas	\$ 8.000,00	
Descuentos en Ventas	\$ (100,00)	
Devoluciones en Ventas	\$ (50,00)	
Costo de Venta y servicio		\$ 5.000,00
Costo de Inventario Vendido	\$ 5.000,00	

Utilidad Bruta \$ 2.850,00

Gastos Operacionales		\$ 630,00
Transporte en Compra de Mercadería	150	
Servicios Básicos	130	
Arriendo de Local	350	
Gastos de Administración y ventas		\$ 2.550,00
Sueldos Administrativos	1200	
Sueldos de Ventas	850	
Suministros de Oficina	500	
Total, Gastos		<u>\$ 3.180,00</u>

Perdida en Operaciones		\$ (330,00)
Otros ingresos		\$ 1.000,00
Ingresos por Comisiones	\$ 1.000,00	
otros egresos		\$(120,00)
Otros gastos no Operaciones	\$ 120,00	
Utilidad neta del Ejercicio		<u>\$(1.450,00)</u>

Empresa Pure Fresh SA

Flujo de Caja

Al 01 de enero del 2019

Detalle de ingresos	mes1	mes2	mes3	mes4	mes5
Ingresos					
Ingresos por Ventas	20061	31000	30532	24420	25260
Cobros de Ventas de Crédito	18060	4000	6032	4216	5000
Cobros por Venta de Activo	<u>1300</u>	<u>7300</u>	<u>2010</u>	<u>1200</u>	<u>7300</u>
Total, ingresos	39421	42300	38574	29836	37560
Detalle de Egresos					
Luz	200	180	145	150	160
Agua	50	90	52	70	55
Teléfono	<u>45</u>	<u>45</u>	<u>45</u>	<u>45</u>	<u>45</u>
Egresos en consumo	295	315	242	265	260
Egresos					
Compra de Mercadería	12000	10000	18000	11000	10000
Pago Proveedores	6000	3000	1200	3300	2000
Pago de Impuestos	2000	1200	2000	2400	1500
Pago de Alquiler	300	300	300	300	300
Pago de Mantenimiento	<u>520</u>	<u>500</u>	<u>500</u>	<u>500</u>	<u>500</u>
Egresos Operativos	20820	15000	22000	17500	14300
Total, de Egresos	21115	15315	22242	17765	14560
Saldo neto	<u>5885</u>	<u>16885</u>	<u>15858</u>	<u>11635</u>	<u>17740</u>
Saldo acumulado	7785	22770	38628	50263	68003

3.2. Diseño de la investigación

El diseño de la investigación es una estrategia, donde se lleva a cabo la investigación con la información que se obtiene de la empresa.

Según (Hernandez F. B., 2006) diseño, plan o estrategia que se desarrolla para obtener la información que se requiere en una investigación. Los autores adoptan; investigación experimental, investigación no experimental.

Pasos de la investigación

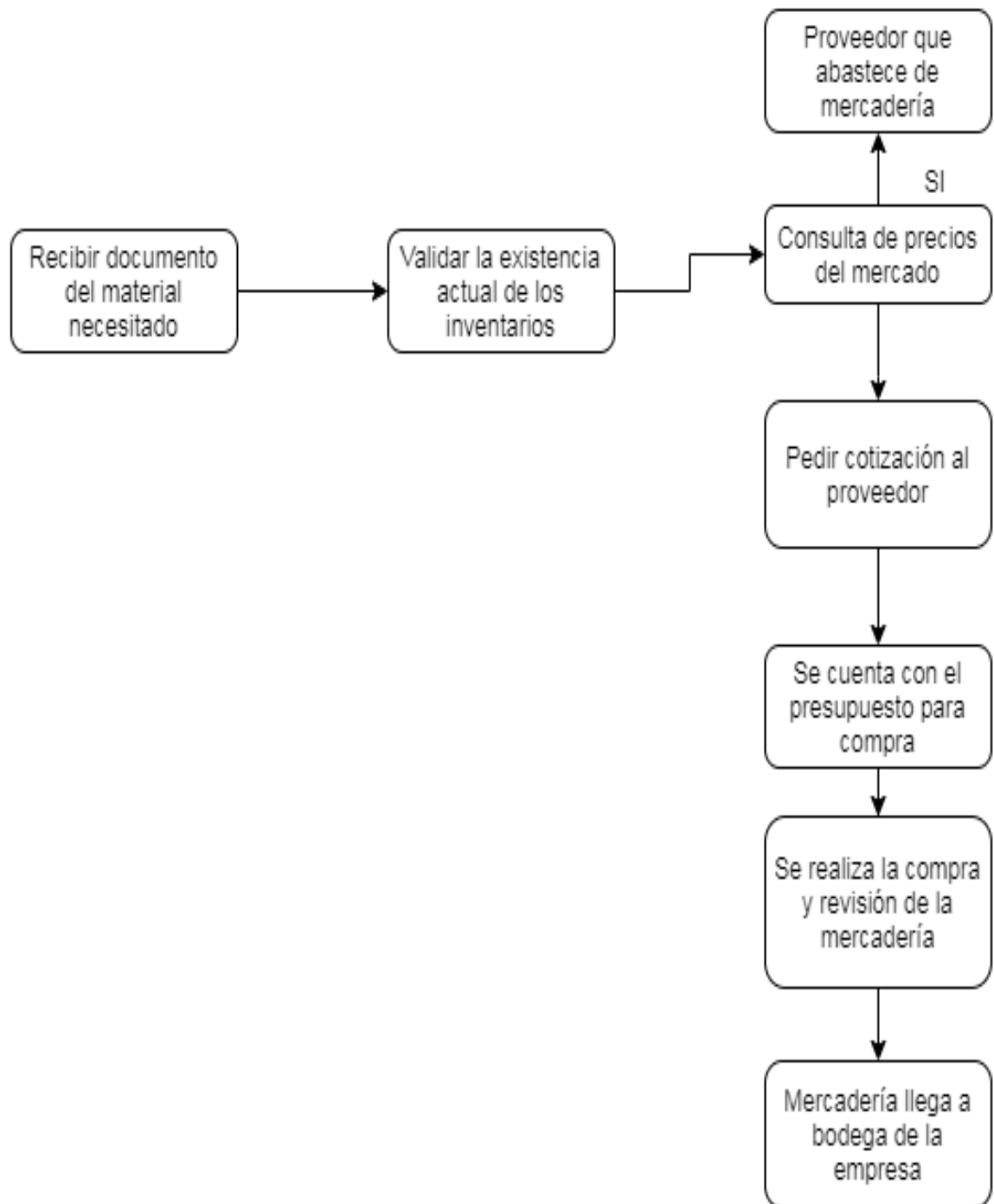
Investigación descriptiva

La investigación descriptiva es aquella que desde el punto de vista científico. El siguiente proyecto se utilizará la investigación descriptiva, como aspectos técnicos que demuestre en tiempo real, cada uno de los movimientos del departamento de bodega.

Investigación explicativa

La investigación explicativa esta direccionada en establecer objetivos que sean confiables. La investigación explicativa porque va a encontrar las causas del problema y resolver cada una de ellas en área de despacho de la mercadería.

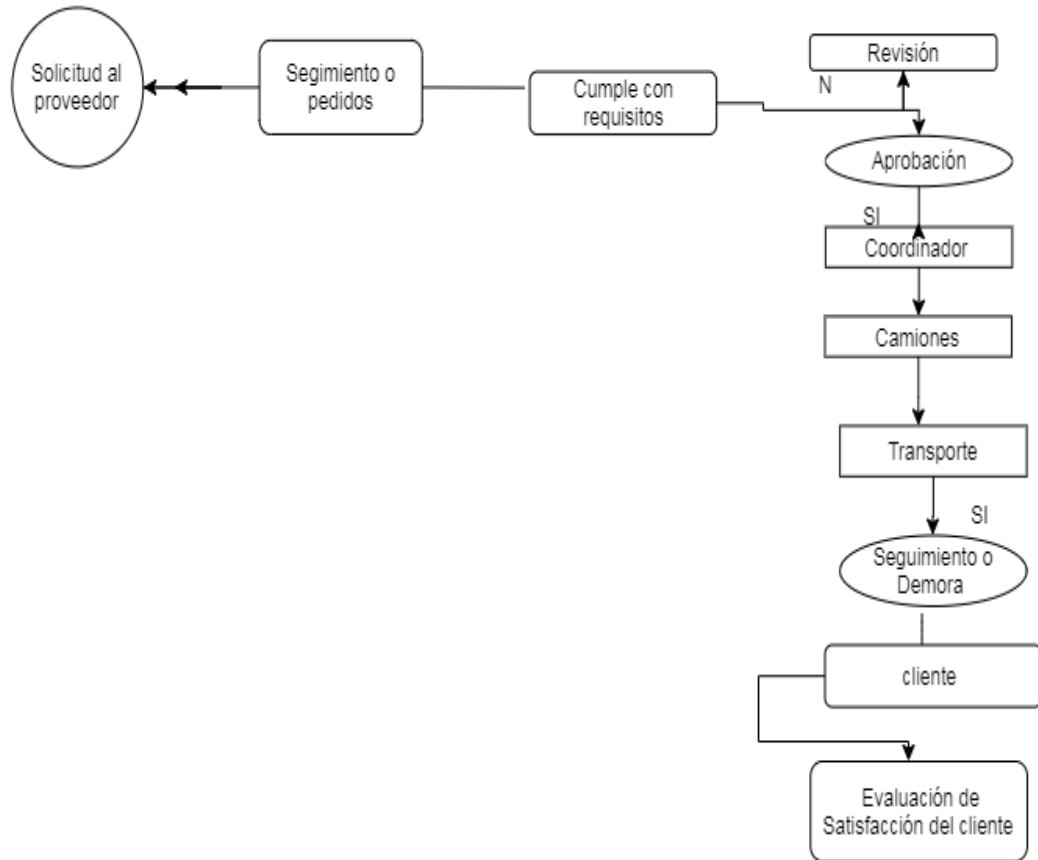
Figura 3.6. Proceso de adquisición de materia prima



Fuente: PURE FRESH S.A
Autora: Angelica Ponce

Flujograma

Figura 3.7. Proceso de distribución de mercadería Pure Fresh S.A.



Fuente: PURE FRESH S.A

Autora: Angelica Ponce

Diagnóstico del proceso de distribución de mercadería de empresa Pure Fresh S.A.,

Al momento la empresa Pure Fresh S.A., presenta algunos inconvenientes en el área de distribución de mercadería determinando inestabilidad de la empresa, y a su vez provocando la inconformidad en la satisfacción de cliente por tanto se requiere ejecutar un plan de mejora.

La empresa no cuenta con suficientes vehículos para el respectivo recorrido de Guayaquil, Balzar y pueblos aledaños para de esta manera poder cumplir con las entregas a tiempo hacia clientes, lo que ha ocasionado pérdidas económicas en empresa.

Ocasionando la mala manipulación de producto afectando consideradamente daños cuantiosos en el producto que son; embalaje, etiquetado y sellado en momento de su entrega por cual se pide a los colaboradores la revisión de mercadería antes de su recorrido y en tiempo acordado.

Por tanto, se requiere tomar en cuenta la satisfacción del cliente para el funcionamiento, del entorno que conforma esta microempresa y a su vez cumpliendo con los estándares de calidad que se desea alcanzar para el beneficio de sus colaboradores, inversionistas, empresarios que conforma la empresa Pure Fresh S.A.,

Este presente trabajo busca solucionar de manera efectiva, ágil, eficaz, la inconformidad del cliente, teniendo un plan de mejora para el área de distribución de mercadería con fin de arreglar ciertas dificultades que no se han manejado con la debida precaución y detalle de la situación de empresa Pure Fresh S.A.,

3.3. Población

Según (Tamayo, 2012) indica que “población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la suma de unidades de análisis que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrado con conjunto N de entidades que participan de una determinada característica”. Según el estudio que se esté llevando a cabo la población puede ser finita e infinita:

Población Finita: es aquella en la que se conoce el número de individuos a investigar y cuya métrica no supere los cien mil

Población Infinita: en este tipo de población no se conoce el número de individuos a investigarse, y se da cuando la población es superior a cien mil unidades, además no se puede llevar registros documentales.

En base a la información proporcionada por la empresa y la bibliografía consultada se determina que la población a consultar para mejorar el proceso de distribución de mercaderías en “PURE FRESH” es finita y está constituida por los clientes frecuentes.

Para la realización del cálculo de la muestra se propone un nivel de confianza del 95%, con un error de estimación del 5%, con una probabilidad de que se tenga éxito del 50% y una probabilidad del 50% de que ocurra un fracaso, de esta manera se ha establecido que la muestra de estudio en cuestión es de 150 individuos del total que conforman los clientes frecuentes de la empresa "PURE FRESH".

3.5. Tipos de Muestreo

De manera general la técnica del muestreo se clasifica en dos grupos, los mismos que son:

Muestreo no Probabilístico

El cálculo del tamaño y selección de la muestra se basan en juicios y criterios subjetivos, por lo tanto, se desconoce la probabilidad de selección de las unidades de la población bajo estudio y no es posible establecer la precisión respecto a niveles de confianza predeterminados. (Diseño de la muestra en proyectos de encuestas, 2010/2011)

Existen algunos tipos de muestreo no probabilísticos los cuales son:

- **Muestreo por conveniencia:** En este tipo de muestreo el investigador selecciona que él considera viables para hacer una rápida investigación.
- **Muestreo por juicio:** El investigador selecciona a los individuos a consultar en base a su juicio personal y conocimiento.
- **Muestreo por cuotas:** En este caso la muestra debe ser proporcional de acuerdo con las características o cualidades de la población investigada.
- **Muestreo por bola de nieve:** Se lo utiliza cuando el investigador no conoce el sitio donde se realiza la investigación y se ayuda por referencias.

Muestreo Probabilístico

Según (QuestionPro, 2019) indica que: "Es una técnica en la cual las muestras son recogidas mediante procesos que les dan a los individuos las mismas posibilidades de ser seleccionado" (pág. 1)

Dentro de este tipo de muestreo están:

- **Muestreo aleatorio simple:** Cada individuo tiene una probabilidad igual de ser seleccionado, se necesita una lista numerada de la población a muestrear, consiste en elegir de manera aleatoria a las unidades investigadas.
- **Muestreo aleatorio sistemático:** Para este tipo de muestreo se divide a la población en subconjuntos en forma de lista para de esta manera elegir al azar un número.
- **Muestreo aleatorio estratificado:** Consiste en dividir al universo a consultar en subconjuntos que comparten ciertas características.
- **Muestreo aleatorio por conglomerados:** Se lo utiliza cuando la población a investigar es muy extensa, para llevar a cabo este tipo de muestreo los detalles de dicha población ya deben estar

En la presente investigación se realizará un muestreo aleatorio simple debido a que cada una de las unidades de la población tienen la misma posibilidad de ser seleccionado, al mismo tiempo este tipo de muestreo permite optimizar recursos y tiempo ya que son individuos accesibles al ser los clientes frecuentes de la empresa, el total de la muestra es de 150 unidades de una población de 245 unidades a consultar.

3.6. Técnicas e Instrumentos de la Investigación

Para poder realizar el levantamiento de la información necesaria se utilizará técnicas de investigación cualitativa y cuantitativa, entre estas tenemos la entrevista que estará dirigida a los colaboradores de PURE FRESH y la encuesta que estará dirigida a la muestra de la población que está conformada por los clientes frecuentes de la empresa.

Entrevista

Según los autores (Acevedo Ibáñez & López M., 2004) definen a la entrevista como: “Un intercambio verbal, que ayuda a reunir datos durante un encuentro de carácter privado y cordial, donde una persona se dirige a otra y cuenta su historia, da su versión de los hechos y responde a preguntas relacionadas a un tema específico” (pág. 11).

Entre los diferentes tipos de entrevistas más utilizadas están:

- **Entrevista telefónica:** Es una técnica que consiste en realizar llamadas telefónicas para realizar recolección de datos sobre temas determinados
- **Entrevista cara a cara:** Es una técnica que se utiliza para recolectar información directamente de los participantes, mediante esta se puede obtener datos valiosos y detallados que permitirán obtener mejores resultados.

Las entrevistas se realizarán en las instalaciones “PURE FRESH”, estará dirigida a los colaboradores ya que estos mantienen contacto directo con los clientes y son a estos quienes se dirigen los mismos cuando se presentan inconvenientes en la distribución de las mercaderías, también se realizará la entrevista al gerente de la empresa.

Encuesta

Según el autor (Maholtra, 2008) la encuesta se basa en: “el interrogatorio de los individuos a quienes se les plantea una variedad de preguntas con respecto a su comportamiento, intenciones, actitudes, conocimientos, así como características demográficas y de su estilo de vida” (pág. 183)

El objetivo de la encuesta es obtener información rápida y eficaz mediante la aplicación de todos los procesos respectivos a la selección de una muestra de la población, se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario, la información que se obtenga posteriormente será analizada por el investigador, esta se las realiza ante la necesidad de descubrir una solución a una problemática y se las puede realizar por correo, vía telefónica, personal o a través del internet.

Capítulo IV

4. Análisis e interpretación de resultados

4.1. Tabulación y análisis de la encuesta

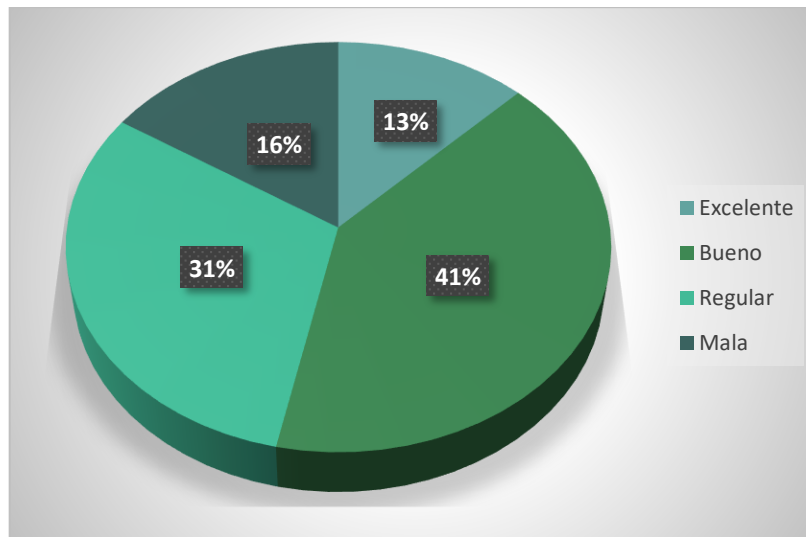
1. ¿Cómo califica la atención proporcionada por la empresa PURE FRESH?

Tabla 4.1. Atención de la empresa PURE FRESH

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	15	13%
Bueno	49	41%
Regular	37	31%
Mala	19	16%
Total	120	100%

Autora: Angélica Ponce (2020)

Gráfico 4.1. Atención de la empresa PURE FRESH



Autora: Angélica Ponce (2020)

Análisis

Del total de la población encuestada un 13% califica la atención prestada por la empresa como excelente, mientras que un 41% dice que la atención es buena, por otra parte, el 31% dice que la atención prestada es regular y finalmente el 16% dice que la atención que presta la empresa es mala.

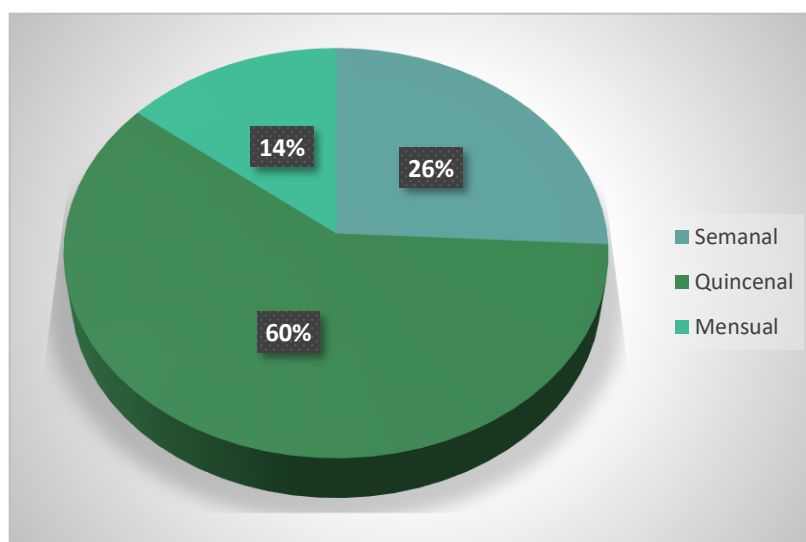
2. ¿Con que regularidad compra las mercaderías de la empresa PURE FRESH?

Tabla 4.2. Regularidad en la compra de mercaderías

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	31	26%
Quincenal	72	60%
Mensual	17	14%
Total	120	100%

Autora: Angélica Ponce (2020)

Gráfico 4.2. Regularidad en la compra de mercaderías



Autora: Angélica Ponce (2020)

Análisis

Del total de los encuestados se puede apreciar que el 26% realiza el pedido de mercaderías de manera semanal, por otra parte, el 60% de los pedidos que se realiza a la empresa es de manera quincenal y una minoría que corresponde al 14% lo realiza de manera mensual.

Se puede determinar que la gran mayoría de los clientes realizan sus pedidos de manera quincenal por lo que se debe trabajar en planes que permitan entregar las mercaderías a tiempo, ya que durante la realización de esta encuesta se ha puesto de manifiesto que estos clientes están recibiendo sus pedidos con retrasos.

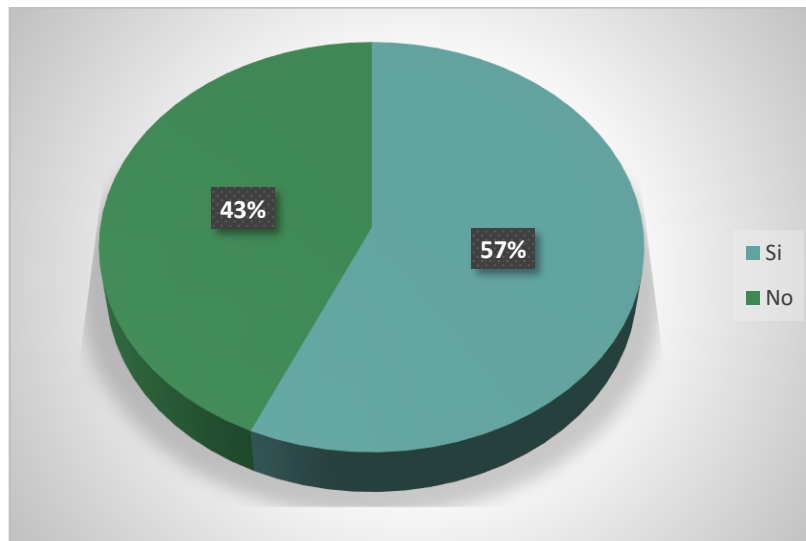
3. ¿Cree usted que la empresa cuenta con un sistema eficiente para la distribución de mercaderías y satisfacer las necesidades de sus clientes?

Tabla 4.3. Sistema eficiente para la entrega de mercaderías

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	68	57%
No	52	43%
Total	120	100%

Autora: Angélica Ponce (2020)

Gráfico 4.3. Sistema eficiente para la entrega de mercaderías



Autora: Angélica Ponce (2020)

Análisis:

El 57% de la población encuestada cree que la empresa cuenta con un sistema eficiente para la distribución de las mercaderías, mientras que el 43% manifiesta que no.

De lo anteriormente mencionado una gran cantidad de los encuestados cree que PURE FRESH no tiene un sistema eficiente para la entrega de mercaderías, esto se da por que la empresa permanentemente presenta retrasos a la hora de realizar la entrega de los pedidos realizados por sus clientes, se debe trabajar en mejorar el sistema de distribución siendo ya que es de vital importancia para lograr alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

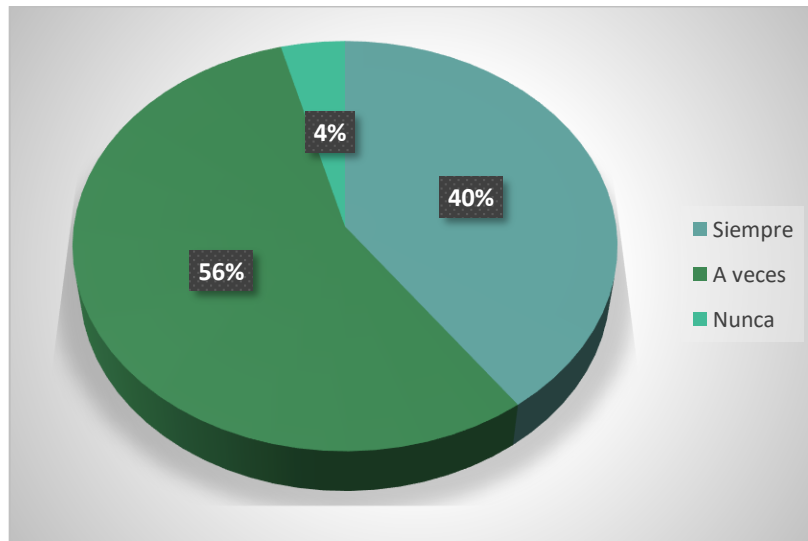
4. La empresa cumple con la entrega a tiempo de las mercaderías?

Tabla 4.4. Entrega a tiempo de mercaderías

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	48	40%
A veces	67	56%
Nunca	5	4%
Total	120	100%

Autora: Angélica Ponce (2020)

Gráfico 4.4. Entrega a tiempo de mercaderías



Autora: Angélica Ponce (2020)

Análisis:

El 40% de la población encuestada dice que la empresa entrega a tiempo la mercadería, por otra parte el 56% dice que a veces la entrega a tiempo y el 4% dice que nunca.

De lo mencionado por los encuestados se debe corregir los procesos que se utiliza para la entrega de las mercaderías ya sea en la optimización de las rutas u otros ya que un gran número de clientes esta descontento ya que solo a veces se entrega las mercaderías a tiempo para de esta manera lograr llevar a tiempo las mercaderías.

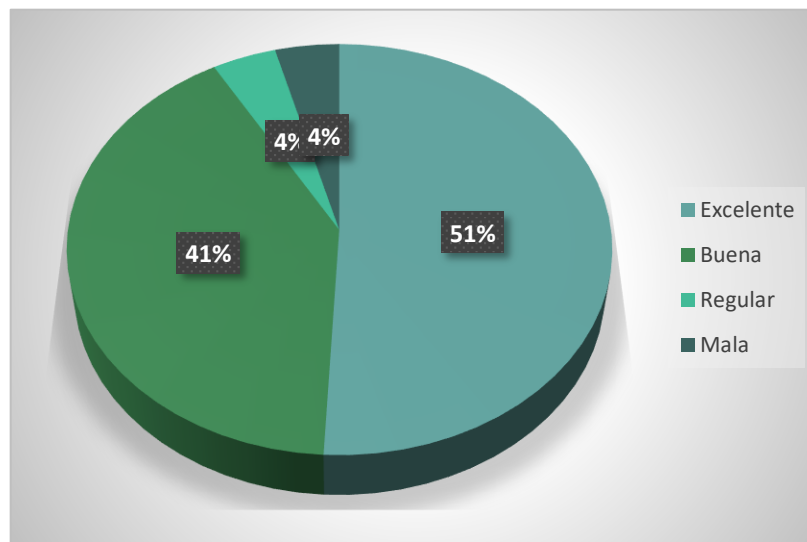
5. ¿Cómo considera la atención brindada por los colaboradores de la empresa al momento de receptor los pedidos?

Tabla 4.5. Atención al momento de receptor los pedidos

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	61	51%
Buena	49	41%
Regular	5	4%
Mala	5	4%
Total	120	100%

Autora: Angélica Ponce (2020)

Gráfico 4.5. Atención al momento de receptor los pedidos



Autora: Angélica Ponce (2020)

Análisis

Los encuestados consideran que el 51% de la atención brindada por los colaboradores es excelente ya que reciben soluciones por parte de ellos cuando se presenta algún inconveniente, por otra parte, el 41% pone de manifiesto que la atención de los empleados es buena ya que les dan la información que estos requieren en el momento, de igual manera un 4% dice que la atención de los colaboradores es regular y otro 4% dice que es mala ya que estos no logran resolver sus inquietudes.

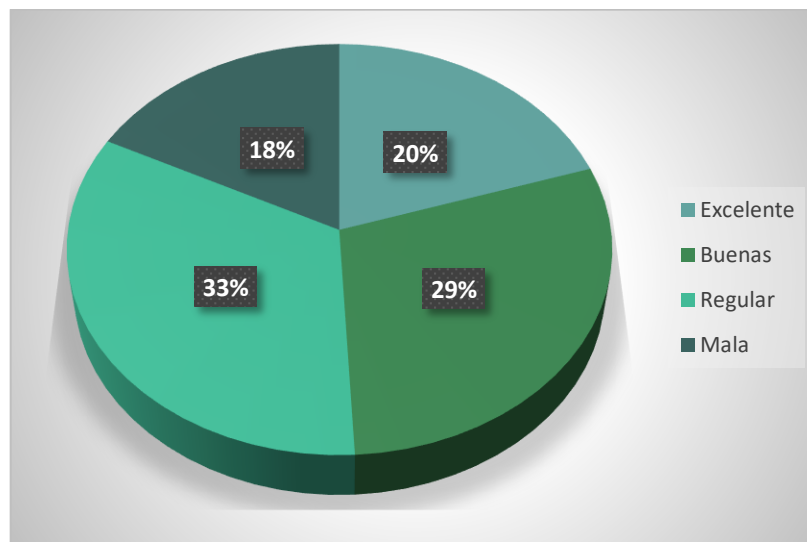
6. ¿El transporte en el que se realiza la entrega de las mercaderías en qué estado se encuentra?

Tabla 4.6. Estado del transporte que entrega las mercaderías

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente	24	20%
Buenas	35	29%
Regular	40	33%
Mala	21	18%
Total:	120	100%

Autora: Angélica Ponce (2020)

Gráfico 4.6. Estado del transporte que entrega las mercaderías



Autora: Angélica Ponce (2020)

Análisis

Los clientes a quienes se les ha realizado esta encuesta indican en un 20% comentan que el transporte que se utiliza para la entrega de las mercaderías de la empresa PURE FRESH se encuentra en excelente estado, el 29% considera que el estado de los vehículos es bueno, el 33% dice que el transporte utilizado se encuentra en un estado regular y finalmente el 18% manifiesta que los camiones se encuentran en mal estado. Este es un factor determinante para que las mercaderías lleguen a tiempo a su destino por lo que se debe corregir las falencias.

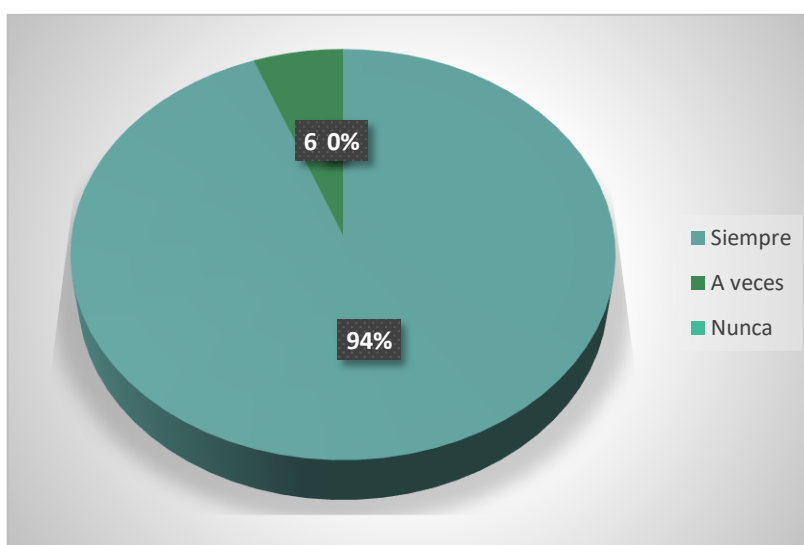
7. ¿Las mercaderías son entregadas en óptimas condiciones?

Tabla 4.7. Mercadería entregada en óptimas condiciones

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	113	94%
A veces	7	6%
Nunca	0	0%
Total	120	100,00%

Autora: Angélica Ponce (2020)

Gráfico 4.7. Mercadería entregada en óptimas condiciones



Autora: Angélica Ponce (2020)

Análisis:

El 94% de la población encuestada indica que las mercaderías son entregadas en perfectas condiciones, es decir, no presentan daños que vayan a afectar a las ventas de las mismas, también existe un 6% que, si las ha recibido con algún desperfecto y el 0% del total de indagados nunca recibido la mercadería en buen estado

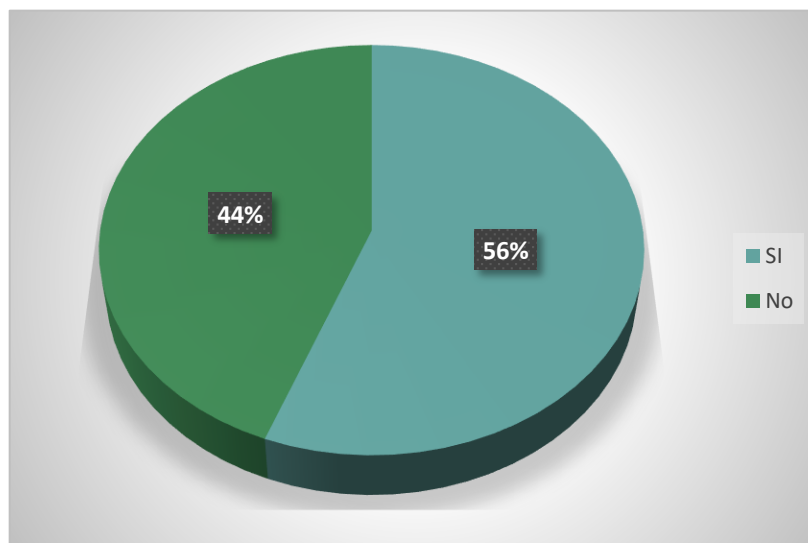
8. ¿Cuándo usted ha realizado algún reclamo a la empresa, estos han sido atendidos inmediatamente?

Tabla 4.8. Reclamos atendidos inmediatamente

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	67	56%
No	53	44%
Total	120	100%

Autora: Angélica Ponce (2020)

Gráfico 4.8. Reclamos atendidos inmediatamente



Autora: Angélica Ponce (2020)

Análisis

El 56% de los clientes ha sido atendido de forma inmediata cuando se le ha presentado algún inconveniente, mientras que 44% ha tenido que esperar algún tiempo para solucionar alguna queja que haya realizado. Este es un aspecto fundamental en el que tienen que darse correcciones ya que la imagen de la empresa se puede ver afectada, además de sufrir la pérdida de clientes por no resolver sus inquietudes a tiempo.

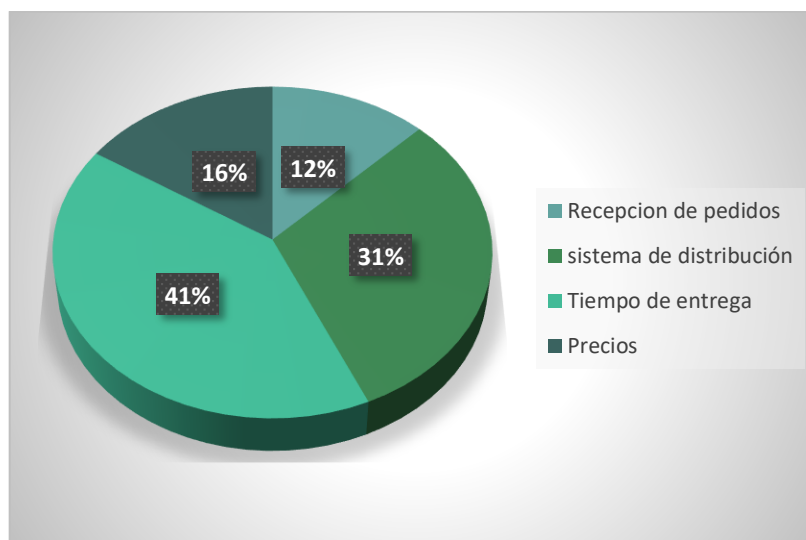
9. ¿En cuál de las siguientes opciones cree usted que debe mejorar la empresa PURE FRESH?

Tabla 4.9. Opciones en las que debe mejorar PURE FRESH

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Recepción de pedidos	15	13%
sistema de distribución	37	31%
Tiempo de entrega	49	41%
Precios	19	16%
Total	120	100%

Autora: Angélica Ponce (2020)

Gráfico 4.9. Opciones en las que debe mejorar PURE FRESH



Autora: Angélica Ponce (2020)

Análisis:

Del total de población encuestada el 13% manifiesta que se debe mejorar en la recepción de los pedidos ya que se han dado casos en que se les ha enviado productos que no han pedido, el 31% dice que se debe mejorar el sistema de distribución en especial el transporte para que no se den los retrasos en las entregas, el 41% considera que se debe mejorar en los tiempos de entrega de las mercaderías, y finalmente el 16% considera que debe haber mejoras en los precios para ser más exacto descuentos cuando el volumen de compra es grande.

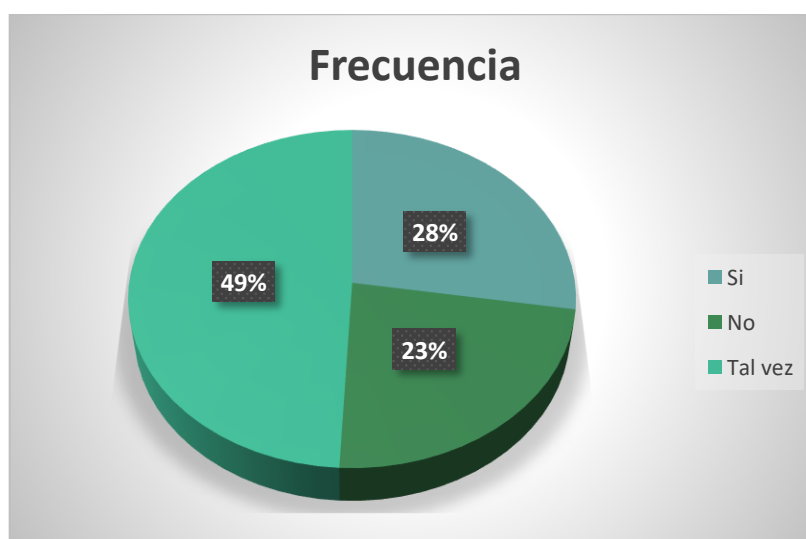
10. ¿Usted recomendaría a la empresa PURE FRESH con otros negocios para que compren sus mercaderías?

Tabla 4.10. Probabilidad de recomendación de la empresa PURE FRESH

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si	33	28%
No	28	23%
Tal vez	59	49%
Total	120	100%

Autora: Angélica Ponce (2020)

Gráfico 4.10. Probabilidad de recomendación de la empresa PURE FRESH



Autora: Angélica Ponce (2020)

Análisis

Un 28% de los indagados si recomendaría a PURE FRESH con otros negocios, mientras que el 23% exterioriza inconformidades y no recomendaría a la empresa, finalmente el 49% encuestados tal vez lo haría, siendo esta última opción el porcentaje más elevado la administración deberá tomar los correctivos necesarios para mejorar en este aspecto de gran importancia para que la empresa pueda seguir creciendo en el mercado.

4.2. Análisis e interpretación de resultados de la encuesta

Según la información obtenida mediante la encuesta realizada a los clientes de la empresa PURE FRESH S.A., se ha obtenido como resultado que la atención del cliente es buena con un 43% y otro 16% dice que es mala, estos son aspectos que debe tomar en cuenta la administración para poder mejorar la atención al cliente.

En base a la respuesta de la pregunta. ¿Cree usted que la empresa cuenta con un sistema eficiente para la distribución de mercaderías y satisfacer las necesidades de sus clientes? Se puede notar que PURE FRESH no lleva un control minucioso de entrega, despacho y transporte, lo que ha provocado retraso en la entrega de los pedidos y por ende causa inconformidad al cliente

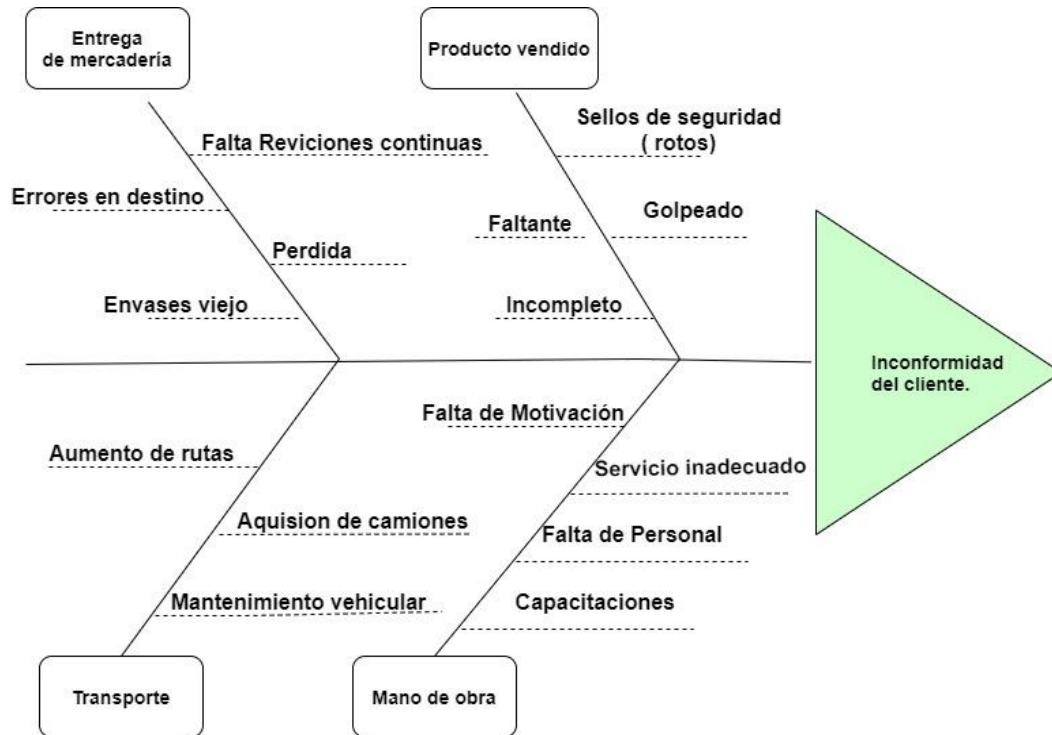
Otro dato importante que nos da la encuesta es que el 56% de la población consultada dice que solo a veces se entrega a tiempo las mercaderías, esto se da por varias circunstancias que van desde una falta de planificación para la entrega de los pedidos, así como percances que sufren los vehículos al momento realizar las entregas, estos son aspectos en los que debe trabajar la empresa para dar un mejor servicio a sus clientes.

Otra parte importante en que debe trabajar la empresa es en mejorar el tiempo en que se realiza las entregas de las mercaderías ya que el 41% de los encuestados mencionan que no lo están haciendo, para esto se debe realizar planeación y programación de las rutas de los vehículos repartidores de mercaderías ya que esto es uno de los puntos claves para realizar las entregas a tiempo.

El 49% de la población encuestada indica que tal vez recomendaría a la empresa esto se puede estar dando por los problemas que tiene la empresa en la distribución de las mercaderías, por lo que se debería trabajar en estrategias para mejorar la imagen de la empresa y posicionarla de mejor manera, además se debe de aumentar su cartera de producto para poder llegar a más clientes.

4.3 Diagrama de Causa Y Efecto de la empresa PURE FRESH

Figura 4.1. Causas del problema de la distribución de mercadería



Fuente: PURE FRESH S.A
Autora: Angelica Ponce

4.4. Plan de mejoras

Para la elaboración del plan de mejoras se utilizará la metodología 5W 2H, el mismo que es de fácil implementación, en este se considera seis aspectos fundamentales, los mismos buscan conseguir una mejora en la distribución de mercaderías en la empresa PURE FRESH, dichas acciones programadas consisten en:

- Capacitación al personal en atención al cliente y colaboradores de la empresa.
- Estructuras rutas que ayuden a optimizar las entregas de mercadería.
- Evaluar el desempeño del vendedor en el área de venta.
- Incrementar el número de vehículos repartidores.
- Renovar la maquinaria que se utiliza para la purificación de agua
- Realizar publicidad en redes sociales ya que estas tienen bajos costos y llegan a un gran número de personas.

¿Qué?	¿Cómo?	¿Cuándo?	¿Dónde?	¿Por qué?	¿Quién?	¿Cuánto?
Capacitación al personal en atención al cliente y colaboradores de la empresa.	Contratando una empresa calificada o capacitadores.	15 de marzo 31 de marzo del 2021.	Empresa Pure Fresh S. A	Ayudaría con el buen desempeño y buen trato al cliente.	Gerente o capacitador.	300,00
Estructurar rutas	Optimizar nuevas rutas	1 de abril 12 de abril 2021	Empresa Pure Fresh S. A	Beneficio monetario	Gerente	300,00
Evaluar el desempeño del vendedor en área de ventas.	Mediante encuestas telefónica.	15 de mayo 15 de mayo del 2021	Empresa Pure Fresh S. A	Aumentar la productividad de la empresa y trabajadores.	Gerente	160,00
Incrementar el número de carros repartidores de la empresa.	Mediante la adquisición de camiones	10 junio del 2021 10 junio del 2024	Empresa Pure Fresh S. A	Para aumentar la productividad	gerente	60.000,00
Renovación de maquinarias para purificación de agua.	Con la adquisición de nuevas máquinas modernas con tecnología de punta.	2 agosto 2 septiembre del 2021	Empresa Pure Fresh S. A	Para aumentar la producción de empresa ser competitivos y ágiles.	Jefe de operaciones	10.000,00
Publicidad en redes sociales en WhatsApp y Facebook	Para darnos a conocer nuestros productos a los clientes y promociones.	1 de octubre 1 de diciembre del 2021	Empresa Pure Fresh S. A	Para procesionarnos en el mercado actual	Gerente	350,00
Total						71.110,00

4.5. Conclusiones

Una vez terminada la investigación y haber desarrollado los diferentes objetivos planteados para mejorar el proceso de distribución en la empresa "PURE FRESH", se concluye que:

- A partir de la información obtenida se ha podido elaborar un Plan de mejoras para corregir las fallas que presenta la empresa en su proceso de distribución, dicho plan es una guía para que "PURE FRESH" pueda desarrollar sus actividades de una mejor manera y logre alcanzar el éxito esperado por su propietario.
- Existe insatisfacción en una buena parte de los clientes de la empresa, los mismos que exigen mucha más eficiencia y agilidad para recibir sus mercaderías a tiempo, esto es de vital importancia debido a que el comportamiento del consumidor varía según sus necesidades y de no ser satisfechas estos pueden buscar otros proveedores que lo hagan.
- Optimizando los procesos de distribución para que sean más eficaces la empresa podrá mejorar las falencias que actualmente tiene en la distribución de sus mercaderías y esto conllevará a su vez a incrementar el nivel de satisfacción de sus clientes y por ende incrementar su volumen de ventas.

4.6. Recomendaciones

- Realizar mejoras continuas en el proceso de distribución y demás procesos que se lleva a cabo en la empresa para de esta manera poder agilizar las entregas de mercaderías y lograr de esta manera la satisfacción del cliente.
- Tomar en cuenta la opinión de los consumidores, además de resolver las diferentes quejas de los clientes, ya que de estos depende en gran medida el éxito o fracaso de una empresa.
- Aplicar el plan de mejoras creado en este trabajo investigativo ya que este contribuirá en gran medida a mejorar la empresa de una forma ordenada y planificada lo cual es esencial para el crecimiento empresarial.
- Aumentar la infraestructura y maquinaria de la empresa para de esta manera incrementar la producción.
- Incrementar su cartera de productos, ya que de esta manera se puede llegar a nuevos clientes y mercados, esto permitirá a la empresa obtener mayores beneficios económicos.

BIBLIOGRAFÍA

Del libro: Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante, Cuarta Edición, de Ferrel O.C., Hirt Geoffrey, Ramos Leticia, Adriaenséns Marianela y Flores Miguel Ángel, Mc Graw Hill, 2004, Pág. 282.

[2]: Del libro: Marketing, Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y Daniel Carl, International Thomson Editores S.A., 2002, Pág. 383.

[3]: Del libro: Organización de Empresas, Segunda Edición, de Franklin B. Enrique, Mc Graw Hill, 2004, Pág. 362.

Cargas: <https://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-logistica.html>

Satisfacción de cliente

https://books.google.es/books?id=sLJXV_z8XC4C&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false

Referenciales de trabajos

Carga: <https://www.javeriana.edu.co/biblos/tesis/ingenieria/tesis60.pdf>

La distribución y el transporte diciembre,30 2013

Cargas:<https://www.revistalogistec.com/index.php/vision-empresarial/analisis/item/2356-la-distribucion-y-el-transporte>

El Libro: «Marketing», Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, International Thomson Editores, 2002.

- Almacenamiento de materiales autor Hugo A. Pachón Pedraza
- Cargas: <https://www.umb.edu.co/libros-editorial-UMB/almacenamiento-de-materiales-universidad-manuela-beltran.pdf>

<https://es.slideshare.net/eaceved5/evolucion-de-la-distribucion-en-planta>

<https://es.slideshare.net/brendafne/historia-y-antecedentes-de-la-distribucion-intermediarios>

<https://revistas.ucp.edu.co/index.php/gestionyregion/article/view/931/916>

<https://core.ac.uk/download/pdf/286063857.pdf>

https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/ejec/ME/EC/S03/EC03_Lectura.pdf

file:///C:/Users/Blink/Downloads/Dialnet-

MetodosCuantitativosYCualitativos-6436313.pdf

file:///C:/Users/Blink/Downloads/Dialnet-EscalasDeMedicion-4942056.pdf

1. Del libro: «Introducción a los Negocios en un Mundo Cambiante», Cuarta Edición, de Ferrel O.C., Hirt Geoffrey, Ramos Leticia, Adriaenséns Marianela y Flores Miguel Ángel, Mc Graw Hill, 2004, Pág. 371.
2. Del libro: «Negocios Exitosos», de Fleitman Jack, Mc Graw Hill, 2000, Pág. 82.
3. El libro: «Mercadotecnia», Primera Edición en español, de Sandhusen Richard, Compañía Editorial Continental, 2002.

Carga:<https://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-distribucion.html>

La formación continua en empresas líderes de distribución comercial en España Gabriel IZARD directores: Joaquín Gairin y María del Mar Duran. Bellaterra, septiembre 2013

Cargos:<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/129318/gig1de1.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Referenciales de trabajo

Carga:<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/9332/tesis419.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Fundamentación legal

Carga: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/15974/1/UPS-GT002240.pdf>

Carga:

<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1547/1/76084.pdf>

Jurado de sustentación oral Universidad San Ignacio de Loyola Facultad de Ingeniería.

Cargos:http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2470/1/2016_Ospina_Propuesta_de_distribucion_de_planta.pdf

Diseño de la investigación

Carga;<https://proyectoseducativoscr.wordpress.com/elaboracion-del-ante-proyecto/capitulo-iii-marco-metodologico-de-la-investigacion/3-2-diseno-de-investigacion/>

Gestión logística de distribución almacenes y bodegas “La aplicación de la mejores practica logísticas en el almacenamiento de clase mundial”. Ing. Luis Aníbal Mora García

Cargas.https://www.academia.edu/25686394/GESTI%C3%93N_LOG%C3%8DSTICA_EN_CENTROS_DE_DISTRIBUCION_ALMACENES_Y_BOD EGAS

- Evaluaciones de problemas

Carga

- <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/1389/1/GARDENIA%20G%C3%93MEZ.pdf>

- DEFINION DE TRASLADO

CARGA: <https://www.definicionabc.com/general/traslado.php>

Definición de estándar

Carga:[https://metodoevaluacion.wordpress.com/defin-estandar/#:~:text=La%20palabra%20%E2%80%9Cest%C3%A1ndar%E2%80%9D%20se%20define,extensi%C3%B3n%2C%20valor%20o%20calidad'.&text=Los%20est%C3%A1ndares%20son%20construcciones%20\(constructos,acciones%20en%20alg%C3%BAn%20%C3%A1mbito%20determinado.](https://metodoevaluacion.wordpress.com/defin-estandar/#:~:text=La%20palabra%20%E2%80%9Cest%C3%A1ndar%E2%80%9D%20se%20define,extensi%C3%B3n%2C%20valor%20o%20calidad'.&text=Los%20est%C3%A1ndares%20son%20construcciones%20(constructos,acciones%20en%20alg%C3%BAn%20%C3%A1mbito%20determinado.)

estandar/#:~:text=La%20palabra%20%E2%80%9Cest%C3%A1ndar%E2%80%9D%20se%20define,extensi%C3%B3n%2C%20valor%20o%20calidad'.&text=Los%20est%C3%A1ndares%20son%20construcciones%20(constructos,acciones%20en%20alg%C3%BAn%20%C3%A1mbito%20determinado.

DEFINICIONES DE VARIABLES

CARGA:

[http://adelajesus.blogspot.com/#:~:text=Seg%C3%BAn%20Tamayo%20y%20Tamayo%20\(2003,o%20control%20en%20una%20investigaci%C3%B3n.](http://adelajesus.blogspot.com/#:~:text=Seg%C3%BAn%20Tamayo%20y%20Tamayo%20(2003,o%20control%20en%20una%20investigaci%C3%B3n.)

Universidad de Guayaquil Facultad De Ciencias Administración tema: “Análisis del servicio al cliente para mejorar en proceso de comercialización de la empresa Bultrims s. A ubicada en ciudad de Guayaquil en el 2014”.

Carga:

<repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/11343/1/ANÁLISIS%20DEL%20SE>

RVICIO%20AL%20CLIENTE%20PARA%20MEJORAR%20EL%20PROC
ESO%20DE%20COMERCIALIZACIÓN%20DE%20LA%20EMPRESA%20
BULTRI.pdf

metodología de la investigación

[https://www.scientific-european-federation-osteopaths.org/wp-
content/uploads/2014/07/apuntes-de-metodologia.pdf](https://www.scientific-european-federation-osteopaths.org/wp-content/uploads/2014/07/apuntes-de-metodologia.pdf)

DÍAZ, P, "Gestión de procesos de negocio BPM (Business Procesos Management), Tics y crecimiento empresarial. ¿Qué es BPM y cómo se articula con el crecimiento empresarial? " Revista-Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, 2009, 7, 15, 151-176, 0716-8756.

12. HERNÁNDEZ, A., MEDINA A, "Procedimiento para la elaboración de mapas de procesos" Revista electrónica Avanzada Científica, 2012, 6, 11, 31-42, 0122-3461.

15. PÉREZ, A, "Evolución y estado de los sistemas de dirección empresarial en Cuba" Revista Nueva Empresa, 2012, 6, 2, 3-5, 1682-2455.

(6) Canales de distribución, Aplaces Tecnológico Nacional, Unidad 1. (2016). En:
<http://biblioteca.iplacex.cl/MED/Canales%20de%20distribuci%C3%B3n>
f (11 de junio de 2018).

[https://books.google.com.ec/books?id=YzlsruODEIMC&pg=PA258&dq=de
finicion+de+probabilisticos+y+no+probabilisticos&hl=es-
419&sa=X&ved=2ahUKEwjYy_3L7K3tAhUSQTABHXKGAmyQ6AEwAHo
ECAUQA#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.ec/books?id=YzlsruODEIMC&pg=PA258&dq=definicion+de+probabilisticos+y+no+probabilisticos&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjYy_3L7K3tAhUSQTABHXKGAmyQ6AEwAHoECAUQA#v=onepage&q&f=false)

ANEXOS

FORMATO DE ENCUESTA

Estimados Encuestados:

La presente encuesta es de carácter investigativo para conocer cuáles son las falencias que tiene la empresa PURE FRESH en su proceso de distribución de mercaderías.

1. ¿Cómo califica la atención proporcionada por la empresa PURE FRESH?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente		
Bueno		
Regular		
Mala		
Total		

2. ¿Con que regularidad compra las mercaderías de la empresa PURE FRESH?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Semanal		
Quincenal		
Mensual		
Total		

3. ¿Cree usted que la empresa cuenta con un sistema eficiente para la distribución de mercaderías y satisfacer las necesidades de sus clientes?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si		
No		
Total		

4. La empresa cumple con la entrega a tiempo de las mercaderías?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre		
A veces		
Nunca		
Total		

5. ¿Cómo considera la atención brindada por los colaboradores de la empresa al momento de recibir los pedidos?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente		
Buena		
Regular		
Mala		
Total		

6. ¿El transporte en el que se realiza la entrega de las mercaderías en qué estado se encuentra?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Excelente		
Buenas		
Regular		
Mala		
Total:		

7. ¿Las mercaderías son entregadas en óptimas condiciones?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Siempre	113	94%
A veces	7	6%
Nunca	0	0%
Total	120	100,00%

8. ¿Cuándo usted ha realizado algún reclamo a la empresa, estos han sido atendidos inmediatamente?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si		
No		
Total		

9. ¿En cuál de las siguientes opciones cree usted que debe mejorar la empresa PURE FRESH

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Recepción de pedidos		
sistema de distribución		
Tiempo de entrega		
Precios		
Total		

10. ¿Usted recomendaría a la empresa PURE FRESH con otros negocios para que compren sus mercaderías?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Si		
No		
Tal vez		
Total		