



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

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

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

TEMA:

**PROPUESTA DE MEJORAS PARA LA SELECCIÓN DE
PROVEEDORES DEL BAZAR – PAPELERÍA “GLORIA” EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL PERIODO 2017.**

Autora: Carla Andrea Ojeda Gilbert

Tutora: MsC. Noemi Delgado Alvarez

Guayaquil, Ecuador

2017

DEDICATORIA

Dedico el siguiente trabajo a mi familia por el apoyo incondicional que he recibido a lo largo del tiempo que efectué esta investigación.

A mi mamá para animarme a no descansar y seguir adelante al cumplir con todas las responsabilidades que llevaba al cursar esta etapa académica.

Carla Andrea Ojeda Gilbert

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Jehová Dios por tener las facultades físicas y mentales para realizar esta investigación.

A mi mamá por constante apoyo y ayuda y empuje a lo largo del tiempo que realice este trabajo y culminación de mis estudios.

A mi tía por el apoyo que recibí a lo largo del tiempo para que llegue hasta el final de mis estudios

Carla Andrea Ojeda Gilbert



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de mejoras para la selección de proveedores del bazar – papelería “Gloria””** y problema de investigación: **¿La selección de proveedor que lleva a cabo actualmente en el Bazar - Papelería “Gloria” afecta la satisfacción del cliente durante el 2017?**, presentado por Carla Andrea Ojeda Gilbert como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

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

Egresada:

Carla Andrea Ojeda Gilbert

Tutora:

MsC. Noemi Delgado Alvarez

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Carla Andrea Ojeda Gilbert en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación PROPUESTA DE MEJORAS PARA LA SELECCIÓN DE PROVEEDORES DEL BAZAR – PAPELERÍA “GLORIA” EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL PERIODO 2017, de la modalidad Matutina Presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Administración de Empresas, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

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

Nombre y Apellidos del Autor

Firma

No. de cedula: _____

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

CERTIFICO:

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

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS**

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

TEMA:

**PROPUESTA DE MEJORAS PARA LA SELECCIÓN DE
PROVEEDORES DEL BAZAR – PAPELERÍA “GLORIA” EN LA CIUDAD
DE GUAYAQUIL EN EL PERIODO 2017.**

Autor: Carla Andrea Ojeda Gilbert

Tutora: MsC. Noemi Delgado Alvarez

Resumen

En el Bazar- Papelería “Gloria” se ha detectado la problemática en cuanto a la selección de proveedor que lleva a cabo actualmente y como esta afecta a la satisfacción del cliente durante el año 2017, y para ello se ha utilizado los tipos de investigación descriptiva, explicativa y la correlacional, técnicas como la de observación, realizando concretas evaluaciones tanto al proveedor, la disponibilidad de producto, y la satisfacción del cliente, con el objetivo de la investigación es brindar propuestas de mejora que describa un correcto proceso de selección del mismo, se concluye que en base a un análisis de disponibilidad se logró determinar que coincide con la respuesta emitida por parte de los clientes el grado de afectación a la satisfacción, siendo este la raíz causal el proveedor.

PROVEEDOR

SATISFACCION

CLIENTE



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS COMERCIALES, ADMINISTRATIVAS Y
CIENCIAS**

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

TEMA:

**PROPUESTA DE MEJORAS PARA LA SELECCIÓN DE
PROVEEDORES DEL BAZAR – PAPELERÍA “GLORIA” EN LA CIUDAD
DE GUAYAQUIL EN EL PERIODO 2017.**

Autor: Carla Andrea Ojeda Gilbert

Tutora: MsC. Noemi Delgado Alvarez

Abstract

In the Bazar- Papelería "Gloria" the problem has been detected regarding the selection of the provider that is currently carried out and how it affects the satisfaction of the client during the year 2017, and for this purpose the types of descriptive research have been used , explanatory and correlational, techniques such as observation, making specific evaluations both to the supplier, product availability, and customer satisfaction, with the aim of research is to provide improvement proposals that describe a correct process of selection of the same , it is concluded that based on an availability analysis, it was determined that the degree of affectation to satisfaction coincides with the response issued by the clients, this being the causal root of the provider.

PROVIDER

SATISFACTION

CLIENTS

ÍNDICE GENERAL

Contenidos:	Páginas:
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de la aceptación del tutor.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Índice general.....	vii
Índice de figuras.....	ix
Índice de cuadros.....	x

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION	13
Ubicación del problema en un contexto.....	13
Situación conflicto.....	14
Delimitación del problema.....	15
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	15
Variable Dependiente e Independiente.....	15
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
Objetivo de la investigación.....	15
Objetivos específicos.....	16
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	16

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Antecedentes históricos.....	17
Antecedentes referenciales.....	18
FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	21
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	22

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

CARACTERIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	23
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	25
TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	25
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	26
PASOS PARA LA INVESTIGACIÓN.....	27

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS...	29
PROPUESTA DE MEJORAS.....	43
CONCLUSIONES.....	48
RECOMENDACIONES.....	49
BIBLIOGRAFÍA	50
ANEXOS	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Títulos:	Páginas:
Figura 1: Proceso Compras.....	18
Figura 2: Tipos de Compras.....	19
Figura 3: Estructura Organizativa.....	24
Figura 4: Flujograma del proceso de compra.....	29
Figura 5: Fórmula de Población Finita.....	31
Figura 6: Frecuencia de Compra.....	31
Figura 7: Decisión de Compra.....	32
Figura 8: Satisfacción de compra.....	33
Figura 9: Producto encontrado.....	33
Figura 10: Calidad.....	34
Figura 11: Grupos de compra.....	35
Figura 12: Atención brindada.....	35
Figura 13: Consumo Promedio.....	36
Figura 14: Diagrama de Pareto.....	40

Figura 15:	
Diagrama Causa – Efecto.....	42

ÍNDICE DE CUADROS

Títulos:	Páginas:
Cuadro 1:	
Calificación de insatisfacción.....	36
Cuadro 2:	
Análisis de disponibilidad de producto.....	39
Cuadro 3:	
Disponibilidad de producto.....	41
Cuadro 4:	
Evaluación en base a parámetros.....	43
Cuadro 5:	
Aplicación a proveedores existentes.....	44
Cuadro 6:	
Calculo de evaluación.....	45
Cuadro 7:	
Relación producto-proveedor-acción.....	46
Cuadro 8:	
Acciones definidas.....	47

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1.1. Ubicación del problema en el contexto

A medida que pasan los años, la forma de comercializar los productos va cambiando, pues el cliente se vuelve más exigente, siendo necesario buscar nuevas formas para dar respuestas al cliente que se atiende en un mínimo de tiempo y de acuerdo a lo que se demande el mismo.

En la actualidad es necesario para el dueño de un negocio si es comercial disponga de todo tipo de artículos, teniendo un constante contacto con los proveedores y sus promociones en plenas temporadas para lograr tener su compra al por mayor por un costo reducido, a fin de obtener mayores ganancias.

La comercialización de productos si cuando se hace de manera adecuada permite obtener beneficios para la organización, aunque a veces no basta captar el capital, sino que se necesita construir el negocio, por lo tanto, el hecho de que un negocio maneje de manera inadecuada este aspecto le impedirá alcanzar los resultados de ganancias favorables. (Kiyosaki., 2013)

Normalmente se tiende a obtener productos debido a ciertas promociones o lanzamientos de nuevas mercancías, pero vale tener presente las necesidades del cliente, y sobre todo no sobrecargarse con algún producto que todavía no se ha determinado si tendrá salida o no, esto indica que no ha habido una previa revisión de que proveedores teniendo en cuenta la logística encargada de llevar el producto correcto, al lugar correcto, en las condiciones de cantidad y calidad correctas, en el momento correcto con los bajos costos. (Benitez, 2007)

Por lo anteriormente expuesto, hay que ser muy selectivo al momento de tener contacto con un proveedor al cual debe garantizar los requerimientos de las necesidades del cliente.

Para poder garantizar un producto en el momento adecuado para el cliente, dependerá de la cantidad demandada y con qué características requeridas se exija en dicho establecimiento por ello es necesario garantizar la adecuada gestión de aprovisionamiento y su respectiva compra, cabe destacar que es un negocio que facilita el consumidor amplia variedad de productos y por ello es que el contacto con los proveedores es constante, logra concretar transacciones con algunos de ellos, entonces al momento de tener abastecido su bodega a primera instancia determinan que productos son los que tienen salida y cuáles no, este es el proceder que a largo plazo indirectamente afecta la circulación de productos, pues el estaque de varios de ellos, sabiendo que no tendrán acogida, afecta al negocio como tal.

En la gestión de aprovisionamiento y compras un factor clave es la selección de proveedor, por lo que se ve de suma importancia centrar la atención a fortalecer este cometido para el debido manejo y aprovechamiento de los distintos contactos y abastecer periódicamente el negocio con la mercadería requerida sin llegar a perjudicar la solvencia que aquella tiene.

1.1.2. Situación conflicto

El Bazar - Papelería "Gloria" es un negocio que se encuentra localizado en las calles Assad Bucaram (29) y la Brasil, en la parroquia "Febres – Cordero", Ciudad de Guayaquil donde se ha podido determinar que se requiere de control y manejo en el proceso de selección del proveedor para el debido aprovisionamiento del negocio.

La forma habitual de realizar contacto con el abastecedor siempre ha sido el contacto con un agente autorizado quien recoge los respectivos pedidos en el establecimiento, hasta este momento se piensa que los productos que llegarán son los que tienen mayor acogida, pues su dueño conoce la preferencia de las personas, lo que no se ha tomado en cuenta es que este proceder afecta de una

manera el buen manejo de comprar y abastecer los productos necesarios, de más salida para que permita la satisfacción propia del cliente, el aspecto a dirigir la atención es los proveedores y el recurso del negocio es el bazar y la papelería correspondiente durante el periodo en curso el año 2017.

Por ello es correcto pensar que el proceder no puede ser el más apropiado, debido que es factible seguir un seguimiento de que productos son los más vendidos y en que fechas tienen más salida.

Se distingue por la variedad de productos que tiene a su disposición y que busca el cliente en esta zona, la adquisición de los productos varía sus compras cada 15 días a pasando un mes para completar el abasto en bodega, lo que le permite ir cubriendo sus necesidades al momento que se agotan los exhibidos.

1.1.3. DELIMITACION DEL PROBLEMA

Campo: Administración – Logística.

Aspecto: Selección de proveedores.

Área: Bazar y Papelería “Gloria”

Periodo: 2017

FORMULACION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION

¿La selección de proveedor que lleva a cabo actualmente en el Bazar - Papelería “Gloria” afecta la satisfacción del cliente durante el 2017?

1.4. VARIABLE DEPENDIENTE E INDEPENDIENTE

Variable Independiente del problema: selección de proveedores.

Variable Dependiente del problema: la satisfacción del cliente.

1.5. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

Proponer mejoras para la selección de los proveedores en el Bazar - Papelería “Gloria” en el presente 2017.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Fundamentar teóricamente los sobre la selección del proveedor y la demanda de los clientes.
- ✓ Evaluar la selección de proveedores que actualmente realiza la empresa Bazar – Papelería “Gloria” y la incidencia en la satisfacción de los clientes.
- ✓ Proponer mejoras para el proceso de selección de proveedores del Bazar – Papelería “Gloria”.

1.6. JUSTIFICACIÓN

El trabajo resulta conveniente porque propone una mejora para la selección de proveedores de manera adecuada en correspondencia a la demanda de sus clientes para lograr tener una mejor rotación de productos dentro del negocio, evitando así posibles estanques de productos que no tienen salida y también afectaciones a fluidez de la empresa, captando cada vez más las necesidades del cliente, fijando los artículos con más acogida y de carácter indispensable.

La aplicación práctica del trabajo para el Bazar es para que obtenga múltiples beneficios para el mejor desenvolvimiento del negocio, y mejorar sus ventas captando su mercado de una manera eficaz.

Tiene relevancia social debido a que proporcionará niveles de comodidad y precios asequibles y sobre todo encontrar el artículo deseado para el cliente, siempre buscando beneficios para el individuo.

La utilidad metodológica de los diferentes estudios permitirá ser una guía para que permita resolver aquellos inconvenientes que surgen por la variación de precios impuestos por los contactos y por venideras temporadas establecidas permitiendo así tener a la clientela satisfecha.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1. FUNDAMENTACION TEORICA

2.1.1. Antecedente Histórico

Para las décadas ya pasadas se veía limitado la forma de que las familias obtuvieran determinado producto, las personas no tenían alrededor de su vivienda o en su sector un lugar donde conseguir lo que deseaban, tanto los alimentos como artículos se encontraban dispersos por toda la tierra y no había la mínima posibilidad de tenerlos para sí, tampoco se tenía una forma de transporte que permita realizar el traspaso de cosas a larga distancia en épocas determinadas del año, esto impedía de la persona llegar a consumir variedad de productos, al punto que la gente esto obligaba a la gente a vivir en lugares alejados a un sembrío o a alguna fuente de producción. (López, 2011)

Con el tiempo la competencia y el desarrollo de muchas negociaciones estaba concentrada en la parte interna de cada país porque es la fuente principal de su surgimiento como tal para la década de los setenta, esto dio un notable crecimiento de varios negocios y con el trazar del tiempo la vista hacia nuevos mercados va cambiando la forma y requerimientos para salir a flote. (Sabrià, 2011)

En nuestros días, solo son ciertas partes del mundo como Asia y África las personas viven en aldeas remotas en las que tienen a su alrededor se producen diferentes bienes, pero muy pocos llegan hasta estos lugares y esto también es un referente a la situación económica que atraviese determinada nación. (López, 2011)

Teniendo en cuenta a la importancia de los proveedores se considera como una estrategia empresarial, debido que depende en gran parte la buena selección del proveedor más acorde a las presentes necesidades.

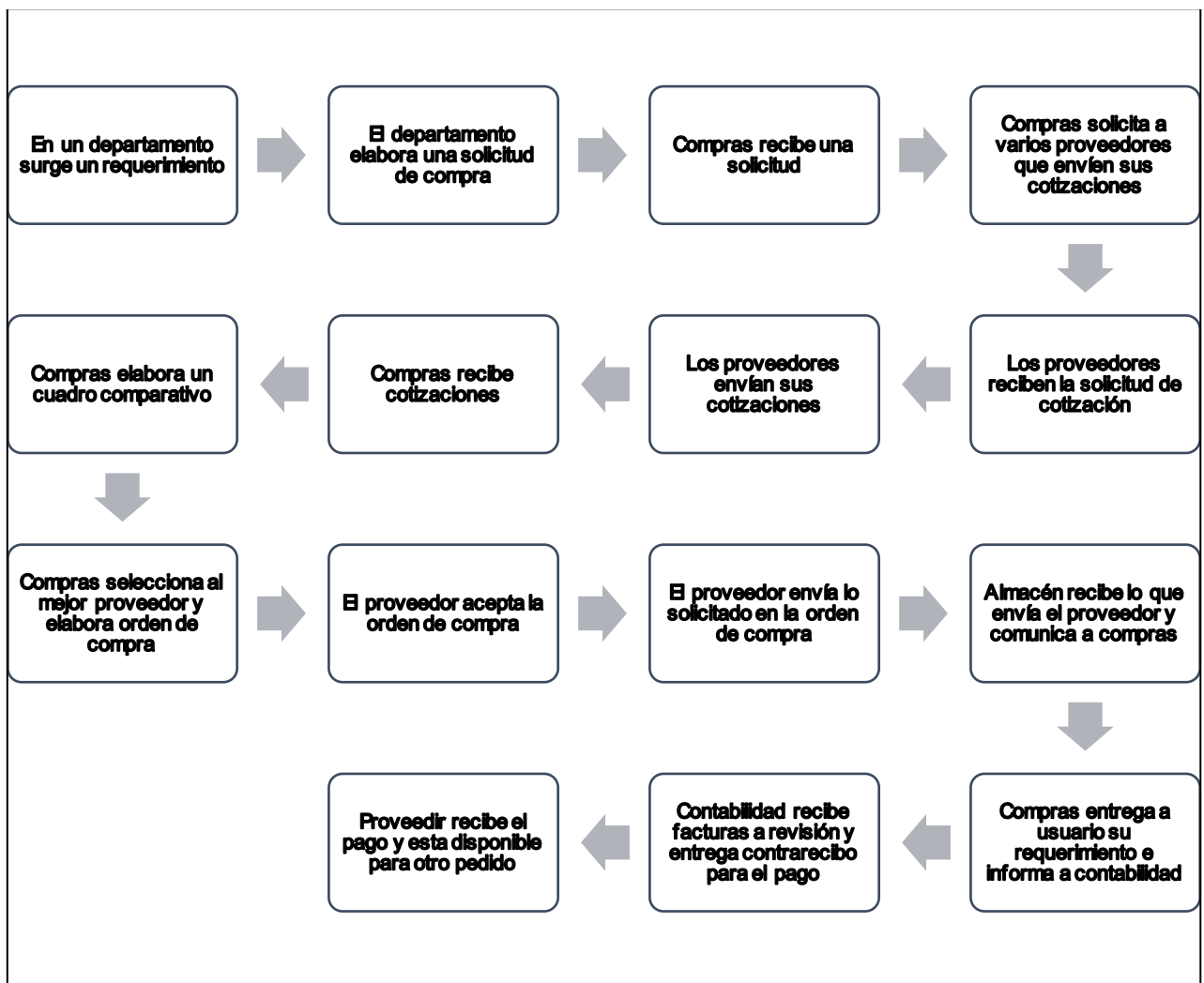
2.1.2. Antecedente Referencial

2.1.2.1. Compras

Las compras se consideran con los sinónimos de “adquirir, acción de comprar, adquirir por dinero y proviene etimológicamente del latín: *Comprare*-adquirir, por ello hoy tienen un lugar importante en la empresa, constituyen un proceso dentro de la cadena logística. (Coral, 2014)

Es una actividad que se define como la adquisición, o el alcance de una posesión de una cosa, por trabajo, hacer propio lo que a nadie pertenece, podríamos decir que a partir de la forma en que una persona obtiene algo para su beneficio se estima que, por medio de una transacción, lo compra y paga algo en dinero o en trueque propiamente. (Coral, 2014)

Figura 2.1. Proceso Compras



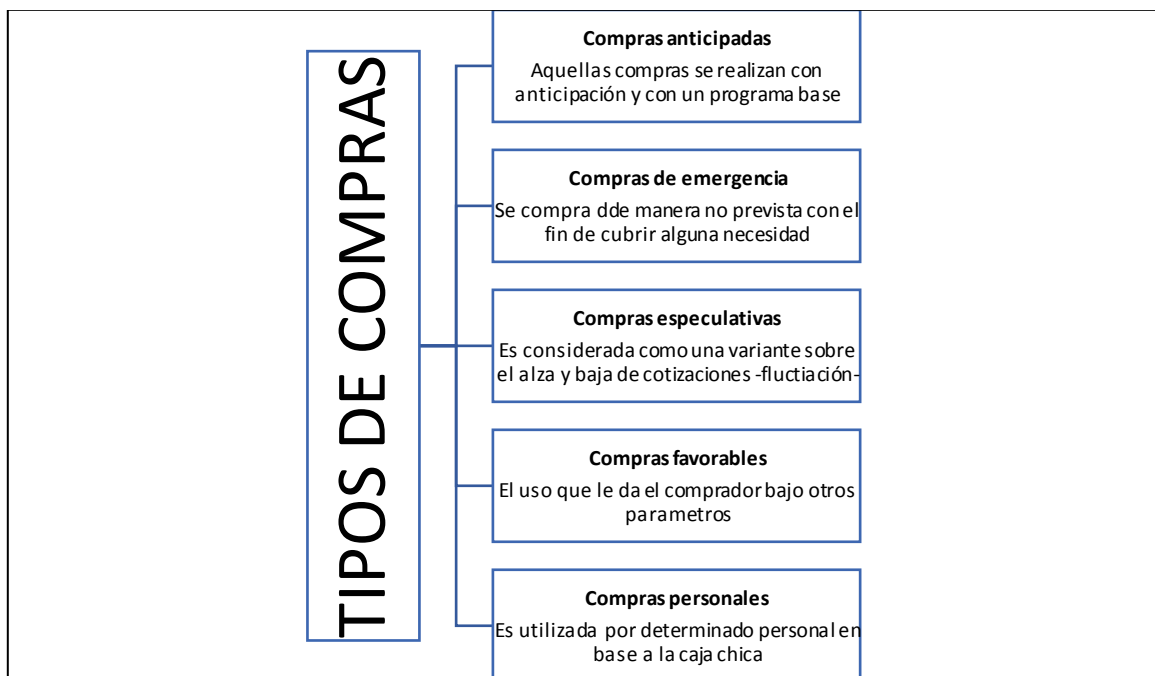
Fuente: Coral (2014)

En el siguiente cuadro se describe paso a paso la formalidad de llevar a cabo una compra para el abasto de determinado establecimiento, para lograr un buen procedimiento que permita la correcta compra posteriormente.

Tipos de compras

Dentro de este proceder se encuentra las diferentes modalidades al instante de efectuar dicho proceso:

Figura 2.2. Tipos de compras



Fuente: Coral (2014)

Se describe al menos cinco formas de poder adquirir un bien/servicio en base a la coordinación que se lleve a fin de obtener la compra correspondiente.

2.1.2.2. Logística

La logística se deriva etimológicamente del griego (flujo de materiales), la Real Academia de la Lengua como el conjunto de medios y métodos necesarios para llevar a cabo la organización sea de una empresa, algún servicio o de igual forma de la distribución, por ello se empezó a aplicar en las compañías en la década

de los sesenta, pero tuvo su origen en la Primera Guerra Mundial, donde se veía necesario almacenarse y abastecerse de todo su armamento. (López, 2011)

Para los diferentes procesos logísticos que intervienen en una cadena de suministros se derivan actividades relacionadas con el aprovisionamiento que se realiza a través de los proveedores que suministran al fabricante o vendedor el material requerido, en el primer caso el fabricante realiza la transformación para obtener el producto final, en el segundo garantiza al distribuidor el producto que va a comercializar. En estos canales se integran todos los eslabones o empresa que hacen posible que el producto llegue desde el fabricante hasta el consumidor final. (Fernández, 2014)

2.1.2.3 Aprovisionamiento

Es aquella acción que permite adquirir bienes y/o servicios que da subsistencia sea a una empresa o un organismo gubernamental, su proceso varía acorde a los requerimientos que se obtengan para lograr disponibilidad de recursos y fluctuación a un proceso sistemático.

Debido a que la gestión de aprovisionamiento es un área muy poco atendida en muchas organizaciones por ello es urgente prestar atención a esta parte porque nos permite lograr una mejor estabilidad económica de la empresa porque presenta un gran potencial de mejora, desde ahí parte el verdadero éxito de un negocio por salir a flote y mantener estabilidad y acogida. (Monterroso, 2002)

2.1.2.4. Proveedor

Es toda empresa o persona que proporcione algún bien o servicio con un fin en específico a alguien, sea una persona natural o a una organización, por ello mayormente este es un punto clave al momento de hacer comercializaciones.

Lo que se busca es integrar una fundamentación que permita la mejor selección de cada proveedor con el que se realiza contacto, pero para ello se debe determinar que los proveedores se encuentran eslabonados por la demanda de parte de cada consumidor, dependiendo mucho de que producto terminado se ofrezca. Es muy importante saber qué tipo de empresas se está generando

asociación debido a que no todas tienen esa primordialidad por su generación de productos al mercado, para satisfacer la clientela actual. (Pulido, 2014).

2.1.2.5. Cliente

Todo individuo que solicita un servicio a fin de recibir su requerimiento, para conocer sus rasgos como tal se obtienen detrás de herramientas de investigación, acorde a ello se precisa mejor su definición, se torna en un gran desafío debido a su variada exigencia.

2.1.2.6. Satisfacción del cliente

Es la medición de las expectativas que logra tener el cliente sobre algún producto o servicio brindado, y si estas sobrepasan lo esperado, en nuestros días se considera elemental conocer este tipo de comportamiento porque depende de la competitividad y beneficios de algunas entidades, sin dejar a un lado el cumplir con la expectativa expuesta del consumidor, se denota como la diferenciación entre lo que se espera recibir propiamente del cliente y lo que percibe que está recibiendo. (Couso, 2010)

2.2. FUNDAMENTACION LEGAL

En la debida consideración del aspecto legal se ha tomado en cuenta el siguiente artículo de la Ley orgánica de defensa del consumidor en la que redacta lo siguiente:

CAPITULO V 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 éste pueda realizar una elección adecuada y razonable.

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

2.3 GLOSARIO DE TÉRMINOS

Aprovisionamiento: es la acción de encontrar, adquirir o comprar bienes, servicios u obras de una fuente externa, a menudo mediante una subasta o una licitación. El proceso se usa para asegurar que el comprador recibe los bienes, servicios u obras al mejor precio posible, cuando se comparan aspectos como calidad, cantidad, plazo, y ubicación.

Asequibles: que puede conseguirse o alcanzarse.

Diferimiento: es el aplazamiento del importe acordado entre las partes a un momento posterior a aquel en el que se contrae la obligación.

Fluidez: capacidad para crear o reproducir ideas.

Licitación: sistema por el que se adjudica la realización de una obra o un servicio, generalmente de carácter público, a la persona o la empresa que ofrece las mejores condiciones.

Metodológica: hace referencia al conjunto de procedimientos racionales utilizados para alcanzar el objetivo o la gama de objetivos que rige una investigación científica, una exposición doctrinal o tareas que requieran habilidades, conocimientos o cuidados específicos. Con frecuencia puede definirse la *metodología* como el estudio o elección de un método pertinente o adecuadamente aplicable a determinado objeto.

Reposición: Acción y efecto de volver a poner una cosa o a una persona en el lugar, estado o empleo anterior.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Caracterización del Bazar “Gloria”

El Bazar – Papelería Gloria es un negocio que se dedica a la comercialización de una amplia gama de productos que son de mayor necesidad para el sector, está ubicado en las calles Brasil y Assad Bucaram (29), dueña y propietaria Sra. Gloria Jiménez Jinez, quien hace 20 años empezó con un pequeño negocio, y al pasar los años comenzó a implementar variedad de productos en su negocio.

Aquella idea surgió años atrás por el deseo de la propia dueña, comenzado con pocos productos y a la vez ofreciendo servicios de costura, pero a través del tiempo fue implementando todo tipo de artículos a disposición de las personas del sector al que pertenece.

Ha tenido varios cambios físicos, en el orden de su estantería y modificación de espacios para mejor visualización y circulación de su local.

Su objetivo ofrecer diversidad de artículos para todos sus clientes, a precios módicos y asequibles al estatus social de quienes moran en sus alrededores.

Misión

Dado a que este negocio no cuenta con una misión estructurada, se describe como proveer todo artículo útil y necesario de buena calidad para la clientela, con precios accesibles para la comunidad.

Visión

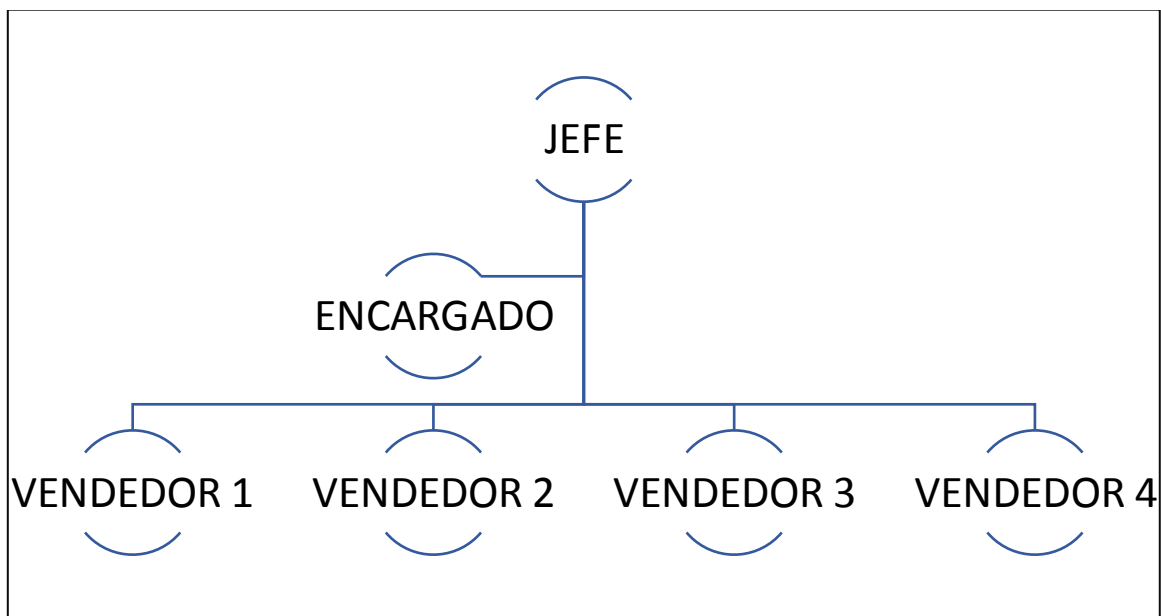
Ser una empresa de comercialización de productos que brinde la mejor calidad, dando una buena atención a todos los requerimientos del cliente.

Cantidad empleados requeridos para este negocio son seis que de manera organizada desempeñan su trabajo.

Estructura organizativa

Figura 3.1. Estructura Organizativa

El cuadro de a continuación presenta al elemento humano que se desarrolla en los diferentes puestos que tiene el Bazar Papelería Gloria:



Fuente: Elaboración propia

Clientes

La participación de esta parte elemental es prioritaria debido a que ella determina la manera en que se relaciona con el negocio al momento de adquirir algo debido a alguna necesidad, se puede caracterizar a dicho individuo socialmente y económicamente en el nivel / extracto C+, determinado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, a quienes lo conforma un 22,8% de la población investigada.

Competencia

Entre algunas de las competencias directas se encuentran:

Almacenes Tía

Legalmente conocida como “Tiendas Industriales Asociadas Tía S.A.” (Tía SA) es una empresa de carácter multinacional suramericana con fines de distribución, procedente de dueños checoslovacos. Sus sedes administrativas se

encuentran en los países de Ecuador y Uruguay, del cual tiene varias marcas con una plataforma de más de 350 puntos de venta, supermercados, hipermercados, centros comerciales, tiendas de descuento, tiendas especializadas, y tiendas en línea en los países anteriormente mencionados.

Mi Comisariato

Es cadena de supermercados ecuatoriana perteneciente al "Grupo El Rosado". Alfredo Czarninski es el fundador del mismo a finales de los años 50 quien abrió en el centro de la ciudad de porteña al principio como "Supermercado El Rosado", siendo el primer local de autoservicios de Ecuador y que con el tiempo dio lugar a Mi Comisariato.

3.2. Diseño de la investigación

3.2.1. Tipos de investigación

El trabajo responde a los tipos de investigación descriptivo, explicativo y correlacional. De manera general los tipos de investigación permiten comprender la problemática de una situación por lo que se ha realizado la investigación de manera que permita percibir los conjuntos de procesos de manera sistemática, sea empírica, las cuales se aplican al estudio de un fenómeno. Para ello se requiere de una serie de pasos para llevar a cabo el cometido.

Según Sampieri (2010) los tipos de investigación se clasifican en:

Investigación descriptiva: Según el mismo autor expresa que ésta tiene la finalidad de buscar especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno del cual se vaya a analizar, también escribe tendencias, sea de un grupo o población, eso es lo que se pretende mediante este proceso, saber mediante datos relevantes la cantidad posible de información necesaria para determinar variables y como estas de qué manera están afectando al proceso interno de la empresa.

Investigación explicativa: Está se dirige a dar respuesta por las causas de los eventos y fenómenos físicos o sociales. Tiene con fin el explicar por qué ocurre un fenómeno y en qué condiciones se da a conocer, o por qué se relacionan dos o más variables.

Investigación correlacional: Dar a conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto de manera particular.

Se ha tomado las definiciones de cada tipo de investigación para describir la asociación que tiene la metodología con el tema a desarrollar, permiten recabar información importante para el proceso de estructuración de sus posibles soluciones frente al problema.

El cuestionario

Es otra herramienta a utilizarse, según Brace (2008) y Sampieri (2010) este se elabora con la estructuración de preguntas mediante variables y este debe ser acorde a lo que se quiere investigar.

Es una forma muy común de obtener el criterio de un individuo, siendo la más utilizada, por eso se necesita aquella técnica para saber de qué manera piensa y actúa el consumidor.

3.2.2. Técnicas y herramientas

Según Sampieri mediante las técnicas y herramientas se podrá llegar a cabo la obtención de datos, se quiere realizar ese cometido para efectuar la recolección de información necesaria en el negocio y sus clientes en horarios más afluídos y días favorables.

La técnica de la observación

Se describe como la forma confiable de extraer comportamientos y situaciones que se pueden visualizar al ojo humano, por ello se puede notar que es una forma muy práctica que se utilizara y sobre todo muy honesta para tener información de carácter profundo o detallado sobre el movimiento de tanto el abastecimiento como la circulación de las ventas, y como estas inciden en la satisfacción.

Diagrama de Pareto

Se trata de una gráfica de datos que permite identificar el aspecto de las causas 20% y sus efectos 80%, tiene como fin de determinar el problema que se estudiara, comparar causas/efectos en base a información recolectada.

El Diagrama de Ishikawa

También llamado diagrama de espina de pescado y diagrama de causa-efecto, es una representación gráfica en el que consiste una representación sencilla en la que se forma una espina central y en la cual este es representando por un problema al cual analizar, el mismo que le da forma a la cabeza del pescado, desarrollado por el Lic. En Química Dr. Kaoru Ishikawa a quien debe su apellido, en el año de 1943 para el debido análisis de un problema y este a su vez brinde soluciones.

3.2.3. Pasos para la investigación

- Evaluación la selección que realiza el Bazar – Papelería “Gloria” de sus proveedores y determinar la incidencia de ello en la satisfacción de los clientes.

- ✓ Descripción general del proceso de compra

En este paso de la investigación se realiza una descripción detallada del proceso de compra del bazar, para ello se utiliza como herramienta el diagrama de proceso.

Diagrama de proceso: Esta herramienta consiste en la representación gráfica que muestra un proceso o un paso a paso de un negocio, de sus operaciones respectivamente, este flujo muestra la forma correcta de llevar un control de determinados procedimientos

- ✓ **Caracterización de los proveedores actuales**

En el presente procedimiento se recopilará datos importantes de manera individual para lograr tener un concepto más amplio de los procesos que se llevan a cabo con cada uno de los organismos, recogiendo información acerca de los productos que dispensa y a su vez captar el/los de mayor acogida.

- ✓ **Evaluación de la satisfacción del cliente sobre el servicio que brinda el bazar papelería**

Para la debida evaluación se utilizará la técnica del cuestionario aplicada en forma de encuesta para conocer con que regularidad se visita dicho lugar y recabar datos como la satisfacción, el abastecimiento requerido y la atención recibida.

✓ **Determinar las causas relacionadas con los proveedores que inciden en las insatisfacciones**

Se aplicará el método de votación ponderado el cual permite descomponer algunas características vistas en algunos de los proveedores previamente seleccionados para la investigación y se logrará obtener un valor aproximado de disponibilidad de producto.

- Propuesta de mejora

CAPÍTULO IV

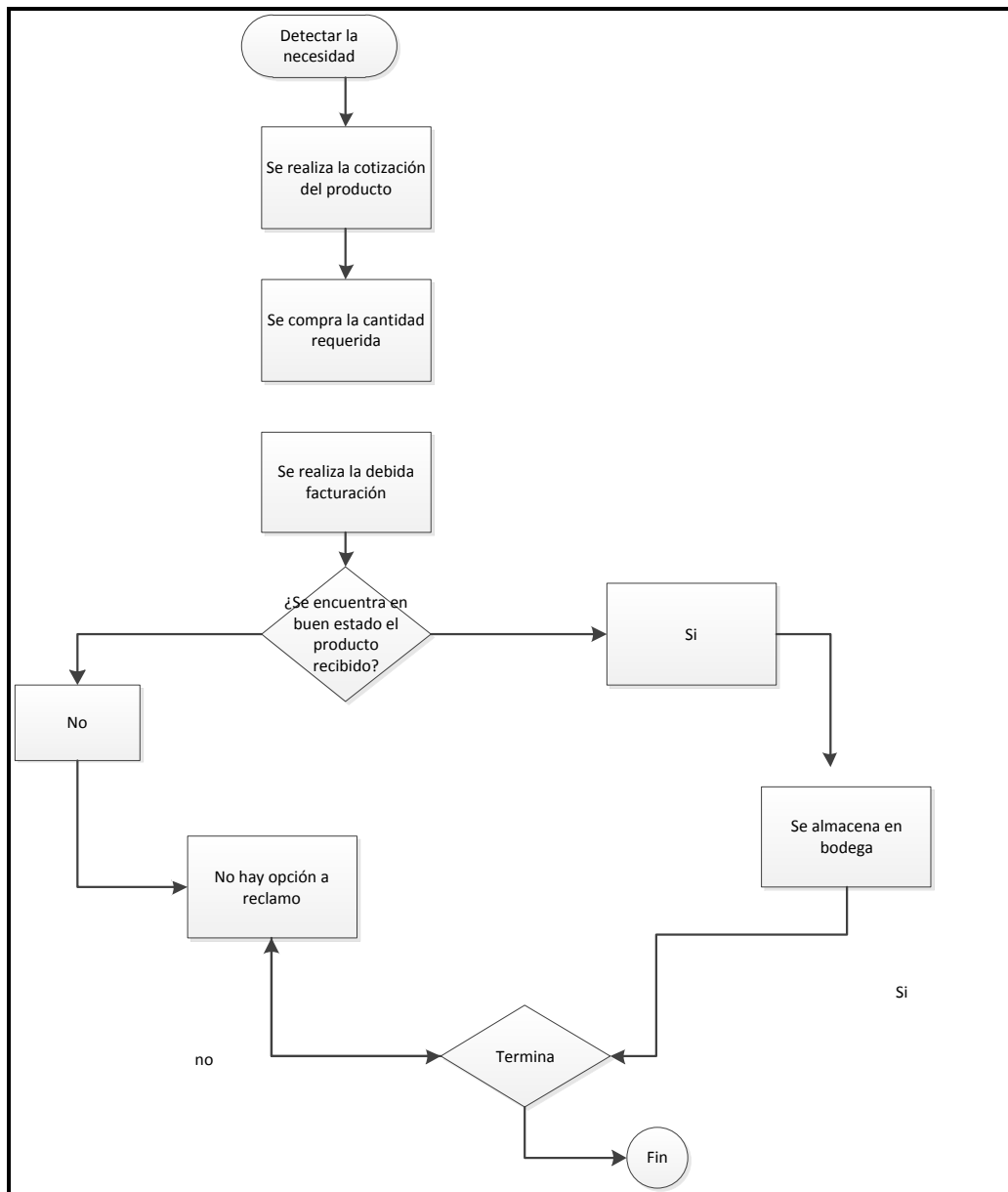
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Evaluación de la selección de proveedores para garantizar las compras en el servicio que realiza el Bazar – Papelería “Gloria”

4.1.1 Descripción general del proceso de compra

El proceso de compra del Bazar - Papelería “Gloria” se muestra en la figura 4.1 explica la manera en la que se lleva a cabo el proceso que tiene con el proveedor, permite conocer la toma de decisiones que logra componer dicha transacción al momento de adquirir determinados bienes.

Figura 4.1. Flujograma del proceso de compra



Fuente: Elaboración propia

4.1.1. Evaluación de la satisfacción del cliente sobre el servicio que brinda el bazar papelería

Como se explica en el capítulo III para evaluar la satisfacción del cliente se aplica la encuesta a 30 clientes, de los cuales se determinó mediante la fórmula de población finita, se tomó como referencia el criterio de personas atendidas por medio del método de observación y como promedio a partir de los dos primeros meses del año en transcurso, específicamente en las primeras 8 semanas del año, dos meses, los recuadros de la recolección de información a partir del método de observación se

encuentran en el anexo 1 y el resultado se encuentra demostrado mediante la aplicación de la siguiente fórmula:

Figura No. 4.2. Fórmula de Población Finita

$n = \frac{NP(1-P)}{\frac{(N-1)E^2}{z^2} + P(1-P)}$		=	29,92	=	30
Datos:					
N =	43	Tamaño de la Población			
P =	0,50	Proporción muestral o su estimado. P= 0,5 garantiza el máximo valor de n en la expresión anterior.			
E =	0,10	Error absoluto permisible.			
z =	1,96	Valor de z para un nivel de significación deseado. (# de desviaciones estandar).			

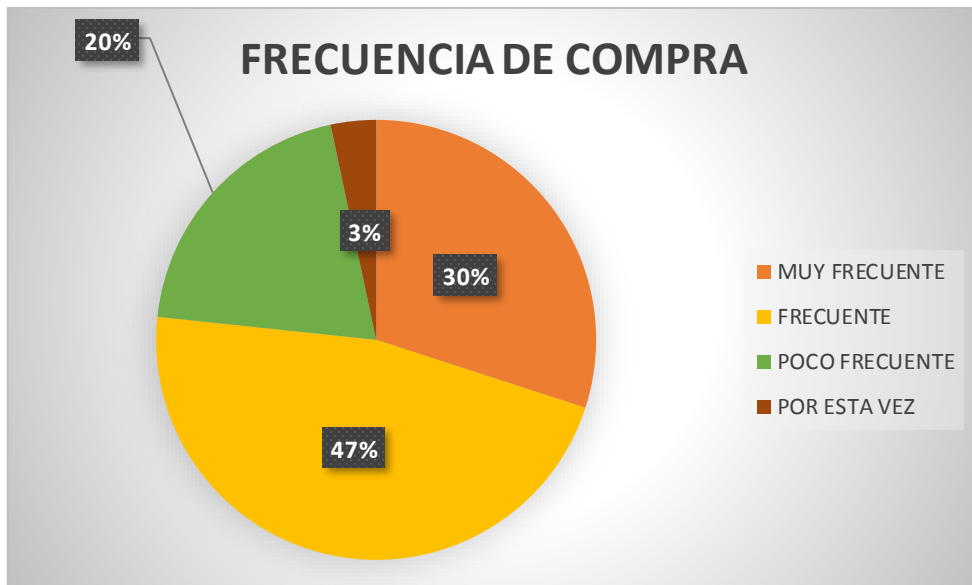
Fuente: Elaboración propia

El procesamiento de la encuesta se encuentra en el anexo 2 y el resultado se muestra a continuación:

Pregunta 1.- ¿Con que frecuencia de compra en el bazar?

La mayor parte de las personas, un 47% acuden a realizar su compra en este establecimiento, afirmó ir de manera “frecuente” junto a “muy frecuente” con un 30% y “poco frecuente” con 20%, a diferencia del porcentaje minoritario, el 3% de personas que “por esta vez”, se denota la constante asistencia de personas del sector para adquirir algo que necesite. El gráfico se muestra en la figura 4.2.

Figura 4.2. Frecuencia de Compra

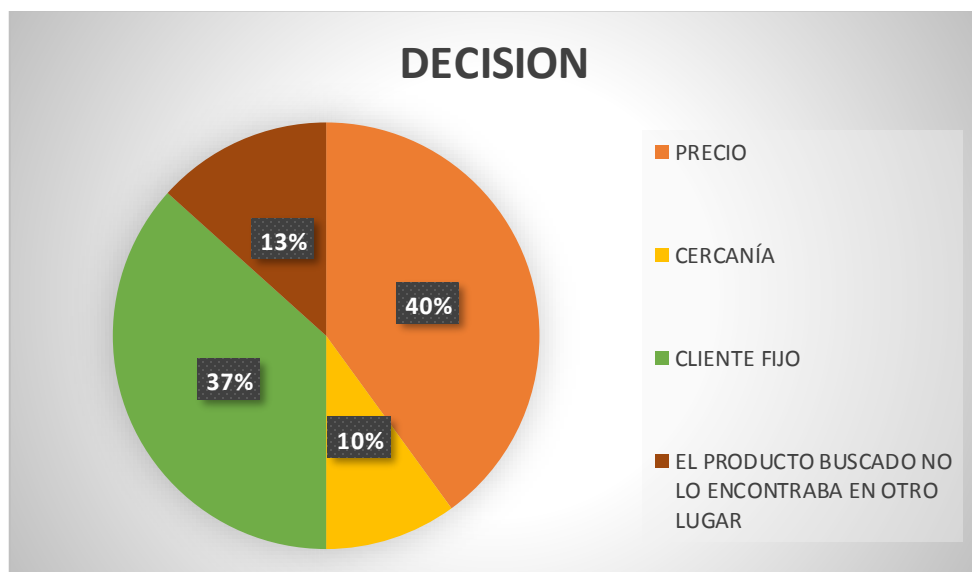


Fuente: elaboración propia

Pregunta 2. ¿Por qué decidió comprar en este lugar?

La variante del “precio” con un 40% es el que tiene mayor peso, debido a sus valores asequibles, seguido de “cliente fijo” con un 37%, es una de las características que dieron las personas que debido a los años que conocen de los dueños como del establecimiento, seguido por “cercanía” en un 10% y el “producto buscado no lo encontraba en otro lugar” con un 13%. El gráfico se muestra en la figura 4.3.

Figura 4.3. Decisión de compra

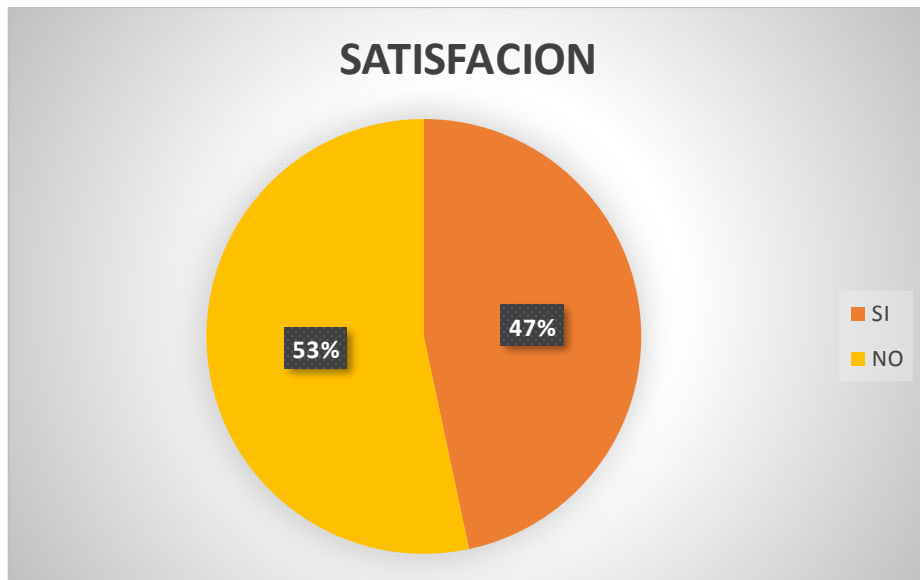


Fuente: elaboración propia

Pregunta 3.- ¿Se encuentra usted satisfecho con la compra realizada?

Con el 53%, las personas dieron una respuesta negativa hacia si se sentía satisfecho en su compra, mientras que el 47% afirmo si estarlo. El gráfico se muestra en la figura 4.4.

Figura 4.4. Satisfacción de compra

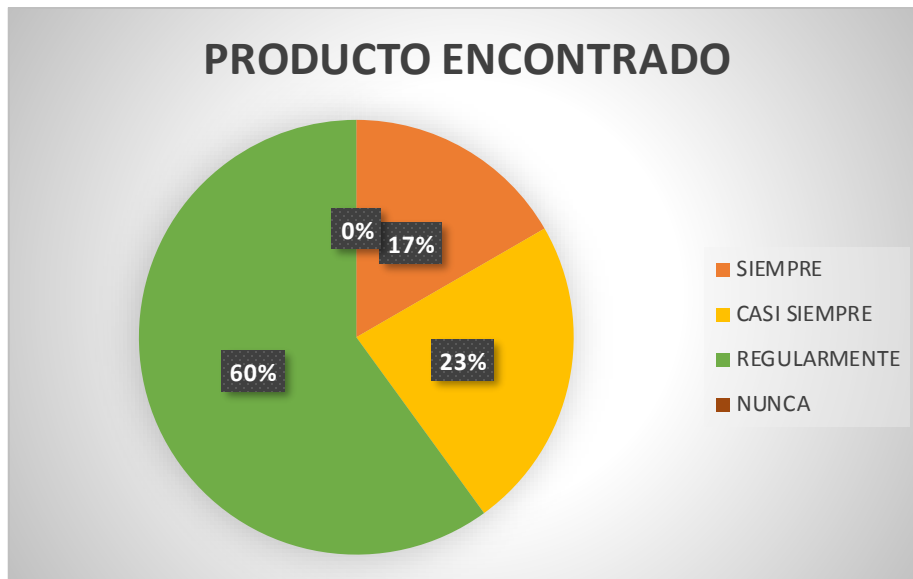


Fuente: elaboración propia.

Pregunta 4.- ¿Encuentra el producto que buscaba?

Los clientes demostraron que “regularmente” encontraban el producto que requerían, con un 60%, mientras que “siempre” fue con un 17%, y “casi siempre” con un 23%. El gráfico se muestra en la figura 4.5.

Figura 4.5. Producto encontrado

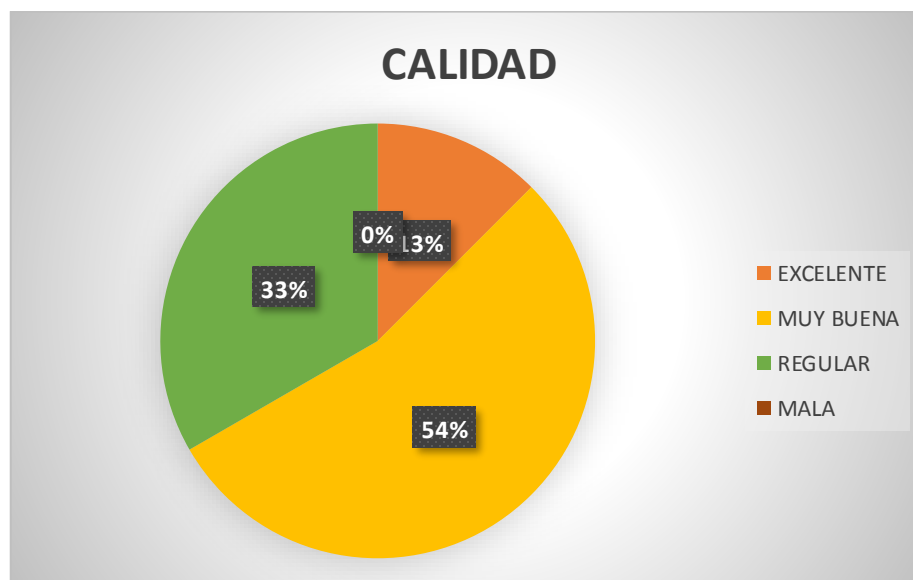


Fuente: elaboración propia.

Pregunta 5.- Calidad del producto que compra

El 33% la considera “regular”, mientras el 54% de los encuestados considera “muy buena”, el producto encontrado es de calidad, mientras que y un 13% dice “excelente”. El gráfico se muestra en la figura 4.6.

Figura 4.6. Calidad



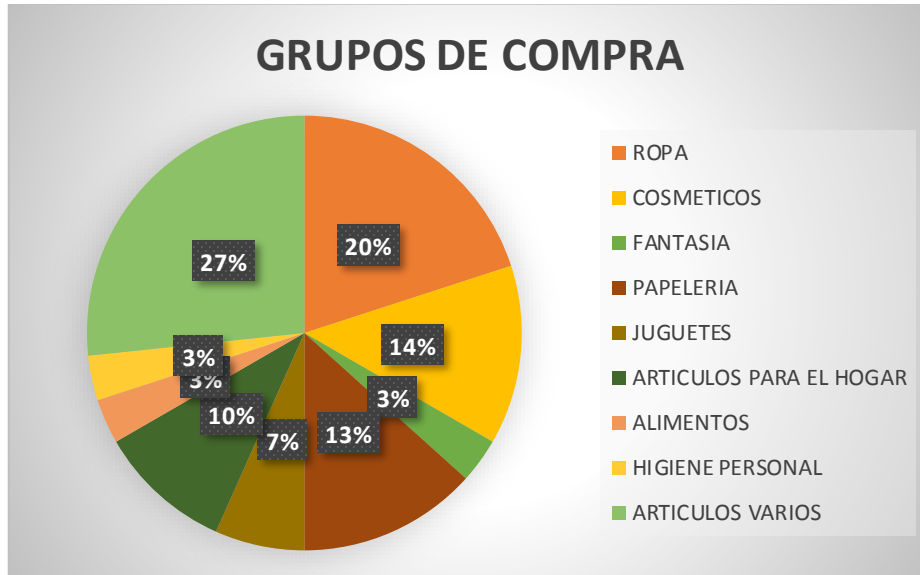
Fuente: elaboración propia.

Pregunta 6.- Marque el grupo de producto que compra con más frecuencia

La variación de productos permite encontrar variedad a la clientela, la vestimenta, “ropa” con un 20% ha captado la atención, seguido de la variedad

de artículos “varios” en los que incluye uno que otro elemento de los grupos descritos anteriormente con un 27%. El gráfico se muestra en la figura 4.7.

Figura 4.7. Grupos de compra



Fuente: elaboración propia.

Pregunta 7.- Evalúe la atención brindada en el bazar de manera general

“Excelente” con un 37%, “muy buena”, con 40% y “buena” con 23% dieron a conocer lo a gusto que están con la atención recibida y debido a la confianza que tienen con el establecimiento, en contraste con “mala” al 0%. El gráfico se muestra en la figura 4.8.

Figura 4.8. Atención brindada

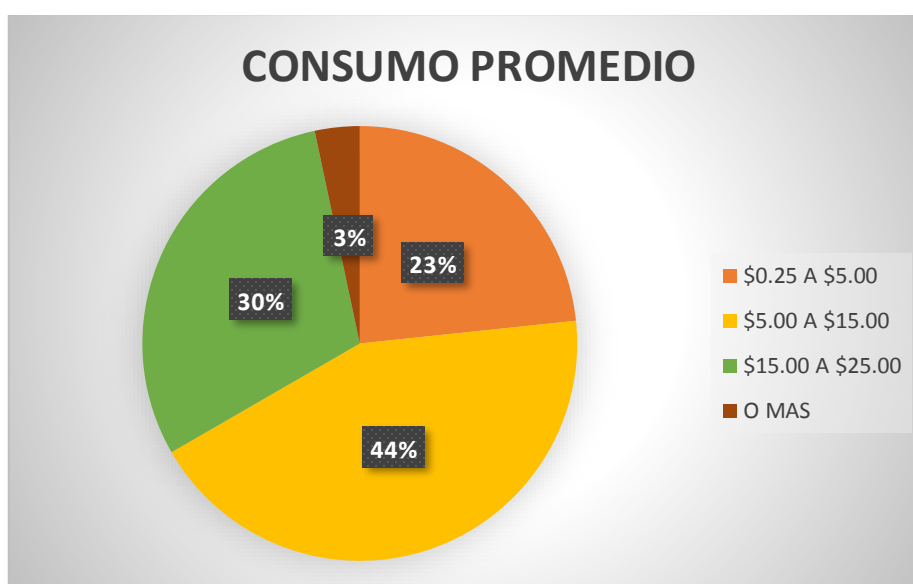


Fuente: elaboración propia.

Pregunta 8.- ¿Cuál es su consumo promedio en compra?

El 44% del rango “\$5 a \$15” es el mayoritario dando a conocer que es el el valor de consumo que tienen las personas que acuden al establecimiento, afirmando que tiene precios módicos para el sector, seguido del 23% de “\$0,25 a \$5”, 30% 15 a 25% y del 3% “o más”. El gráfico se muestra en la figura 4.9.

Figura 4.9. Consumo promedio



Fuente: elaboración propia.

Cuadro.4.1. Calificación de insatisfacción

Parámetro	Insatisfacción (malo/regular)	%
Satisfacción general	53	0.31
Disponibilidad	60	0.35
Atención brindada	23	0.13
Calidad	33	0.19
Total	169	0.98

Fuente: elaboración propia.

En el recuadro anterior se realizó la sumatoria de las respuestas que surgieron de esta técnica, y que muestran que la disponibilidad del producto es la mayor causa de insatisfacción en el cliente, la cual depende en gran medida del proceso de compras, el que incluye entre otros aspectos:

- Caracterización de productos
- Caracterización y selección de proveedores

4.1.1.1. Caracterización de los proveedores actuales

En la actualidad el lograr un contacto con un proveedor es muy fácil, debido a que por referencias de otros o por internet se puede entablar una negociación, una de las grandes desventajas es no lograr saber a cierta medida cuáles serán los beneficios para el negocio, por ello es que posteriormente se palpa algunos inconvenientes que perjudican al comerciante. En resumen, actualmente no existe ningún procedimiento establecido para la selección del proveedor.

Los principales proveedores del Bazar se muestran a continuación:

1. Arca Continental

En la Av. Juan Tanca Marengo y Guillermo Cubillo, una de las embotelladoras más reconocidas y bajo de ella varias marcas reconocidas como Tonicorp, Tonisa, Plásticos Ecuatorianos, Dipor, Inalecsa y Heladosa.

2.- The Coca Coca Company

Una de las embotelladoras más reconocidas, segunda a nivel mundial y tiene marcas como: Coca Cola, Sprite, Fanta, Del Valle y Dasani.

3.- Colombina Corporativo

Una compañía global con más de 84 años de experiencia en el mercado con alimentos prácticos y gratificantes, ubicado en la Av. Orellana E9-195 y Av. 6 de diciembre.

4.- Grupo Familia

Empresa sudamericana y del Caribe con productos que contribuyen la higiene y aseo.

5.- Nestlé

Es una compañía reconocida por su producción en alimentos y bebidas más grande del mundo.

6.- Bunky

Empresa dedicada a la producción y venta de calzado.

En el segundo grupo se encuentran otros a los cuales se acuden para obtener otros grupos de productos en menores cantidades, son los siguientes:

1.- Distribuidora Chabeli

Se encuentra ubicado en las calles Pio Montufar #229 y Clemente Ballén, en el que se adquiere desde ropa hasta toallas el periodo de compra se realiza cada 15 días como de manera mensual, dependiendo de la necesidad requerida, se tiene presente este proveedor debido a los valores muy económicos y asequibles a los que se puede adquirir, la primera compra del año rondaba los \$189,90.

2.- Creaciones Samir

Se localiza en las calles Ayacucho y Huayna Cápac, donde se adquiere ropa en general, las compras que se realizan en aquel lugar son mensuales.

3.- Importadora "Hermanos Tello"

En las calles Santa Elena #1217 y Aguirre, se adquiere variedad de calzado pasados los 15 días, y el valor de compras según su última facturación es de \$179,74.

4.- Novedades Angelita

Ubicado En la calle Chile e/. Manabí y Ayacucho, en el se adquiere artículos cosméticos y fantasía y el valor de compras aproximado radica entre los \$200 a \$300 dólares, cabe destacar que se expresa que recibe una excelente atención y cordialidad.

5.- Dipaso

Se encuentra en las calles Huayna Cápac y Ayacucho, en este reconocido local se realiza la compra de cosméticos y artículos de higiene, las compras generadas en las últimas fechas son de \$185,17 y se compra pasando 15 días.

6.- Comsucre

Pio Montufar y Aguirre son las calles de aquel local en el que solo las compras se efectúan por temporada, en los meses de Abril, Mayo y Junio, fechas claves de la temporada escolar donde se compra útiles escolares, suministro de oficina y papelería, aunque es un lugar donde solo se dirige por épocas, es menos accesible a la mercadería debido a su ubicación, las compras llegan aproximadamente a los \$300 dólares y en este periodo se realiza cada 15 días.

4.1.1.2. Análisis de la disponibilidad de productos

A continuación, se realiza un análisis de disponibilidad para corroborar lo anteriormente expuesto en relación a la insatisfacción de los clientes. Se toma como referencia los productos de más acogida entre los clientes, el volumen de venta fue tomado de los ingresos de los primeros 3 meses del presente año. Teniendo en cuenta que los productos de este proveedor son diferentes y bastantes, se realiza un análisis de Pareto para trabajar en la disponibilidad con menos cantidades. Figura 4.1 y 4.2.

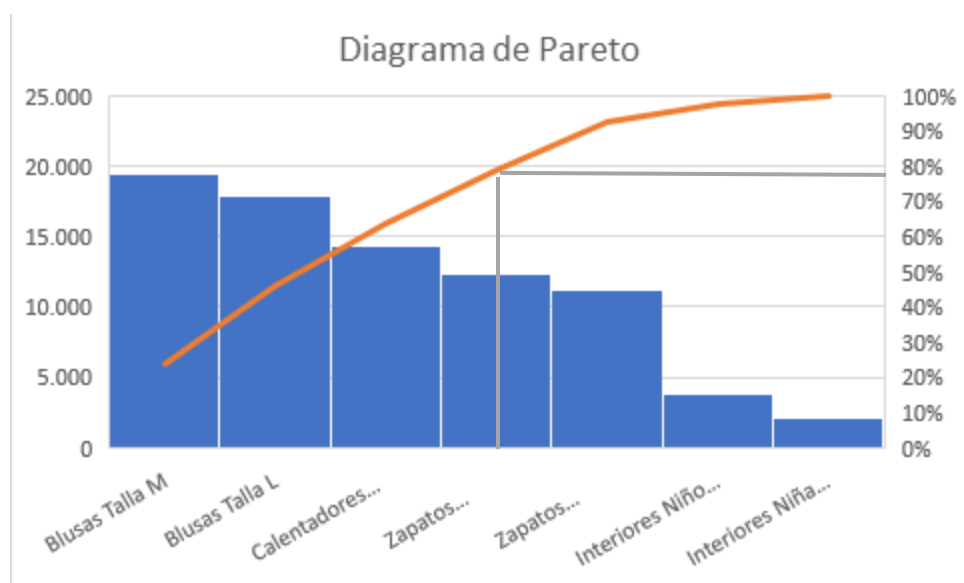
Cuadro 4.6. Análisis de disponibilidad de producto

Producto	Volumen de Ventas (\$)	%	%
		Relativo	Acumulativo
Blusas Talla M	19.460	24	24
Blusas Talla L	17.920	22	46
Calentadores Deportivos Unisex Talla L	14.295	18	64
Zapatos Deportivos Niño Talla 32	12.325	15	79

Zapatos Casuales Dama Talla 37	11.216	14	93
Interiores Niño Talla 34	3.860	05	97
Interiores Niña Talla 32	2.090	03	100
Total	81.166	100	

Fuente: elaboración propia.

Figura 4.11. Diagrama de Pareto



Fuente: elaboración propia.

Se toman para el análisis de la disponibilidad el 20 % de los productos que representan el 80 % de los ingresos totales.

En el caso de la disponibilidad se toman tres meses del año 2018 y se analiza cuantos días el producto estuvo disponible en inventarios en el bazar, posteriormente cada valor se divide entre el total de días del mes.

Cuadro No. 4.6. Disponibilidad del producto

Productos	Enero (31 días)	Febrero (28 días)	Marzo (31 días)	% disponibilidad
Blusas talla M	30	25	31	95
Blusas talla L	25	27	30	91
Calentadores	31	28	30	98
Zapatos deportivos niños	20	19	21	66

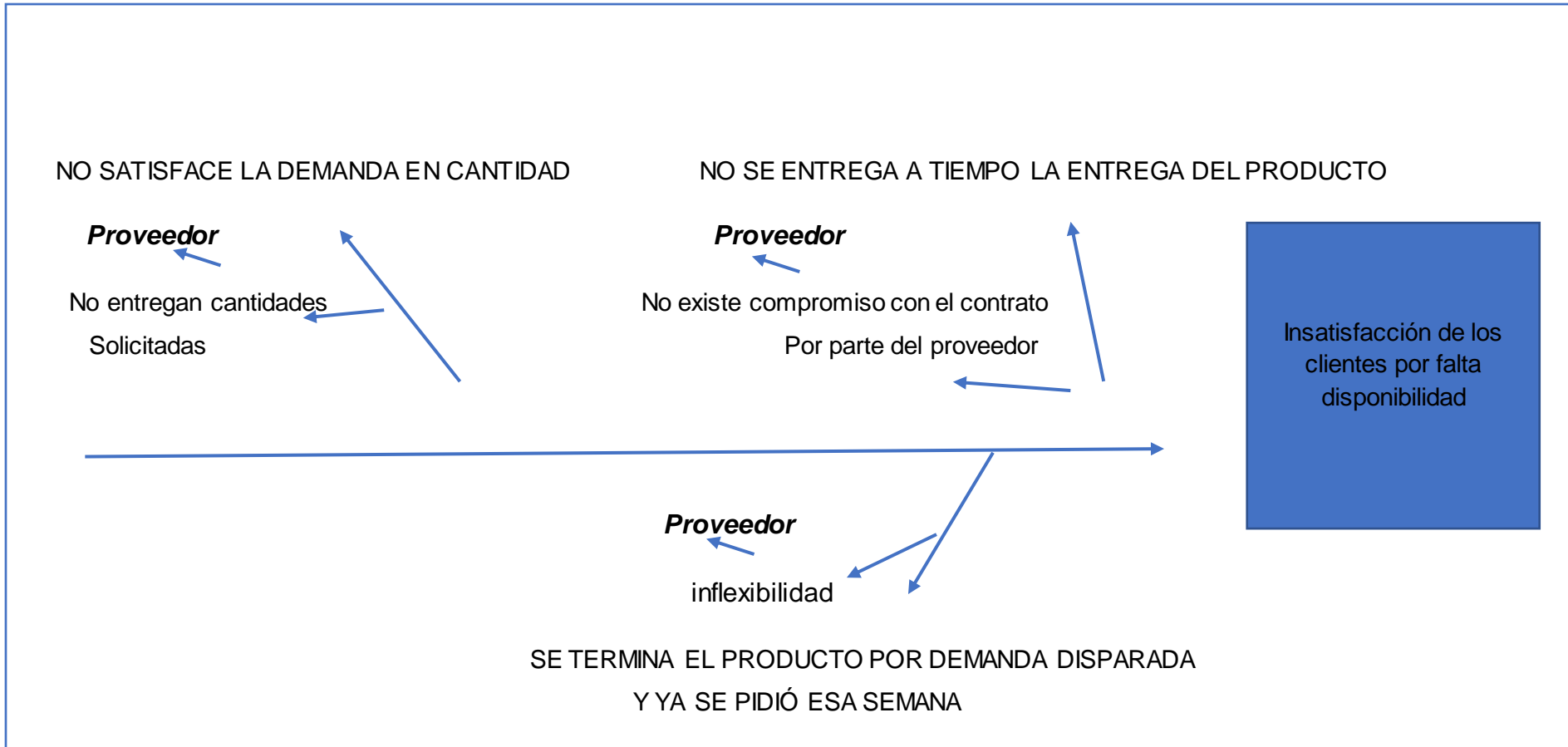
Fuente: elaboración propia.

En los 4 tipos de producto se enlista un análisis de disponibilidad de producto en el que son más pedidos, no cubre el total de fechas para poder satisfacer las necesidades del cliente, el cual recurre para obtenerlo.

4.1.2. Determinación de las causas relacionadas con los proveedores que inciden en las insatisfacciones

Las causas al análisis de las insatisfacciones relacionadas con la disponibilidad de productos en el Bazar se realizan a través de un diagrama causa-efecto. Como muestra la Figura 4.12. la causa raíz de la falta de disponibilidad de productos en el Bazar es los proveedores. En el Bazar papelería actualmente los proveedores se contactan de forma verbal, los mismos fijan un día en función de sus conveniencias y prioridades, sin tener muchas veces en cuentas las necesidades de los clientes, tampoco tienen previsto un sistema para atender a pedidos urgentes, poseen pocas cantidades de productos y pocas variedades.

Figura 4.12. DIAGRAMA CAUSA - EFECTO



4.2. Propuesta de mejora

Después del análisis la propuesta se refiere a una mejora en el proceso de selección de los proveedores.

1. Identificación de los posibles proveedores

2.- Selección del mejor proveedor y peor

Descripción del proceso de selección

- **Informarse de los posibles proveedores**, para lo cual se debe tener como referencia una evaluación previa de algunos parámetros, información que pueden obtenerse por los primeros contactos con los asesores de ventas o con otros clientes, por la web, etc.
- **Evaluarlos antes de tomar decisiones**, para ello se toman en cuenta algunos parámetros como:
 - precio
 - entrega a tiempo
 - calidad
 - flexibilidad

Los parámetros, la escala se tomaron de estudios similares y de la literatura relacionada con el tema, los mismos fueron aprobados por los dueños del Bazar, y también el orden de importancia de los parámetros.

Se prepara el formato para la evaluación: Cuadro 4.13.

Cuadro 4.13. Evaluación en base a parámetros

Medida	Importancia	P1	P2	P3	P4	Pn
Precio	0,25					
Entregas en tiempo	0,30					
Entregas en cantidad	0,30					

Flexibilidad	0,15					
--------------	------	--	--	--	--	--

Fuente: elaboración propia

Se somete a evaluación del administrador y dependiente del Bazar

- **Toma la decisión con respecto a cada proveedor:** Se decide en dependencia de la puntuación y se toman estrategias tomando como punto de partida dicha evaluación. Este conjunto de pasos puede ser utilizados también para evaluar los proveedores existentes cada cierto tiempo. Es recomendable hacerlo cada tres o seis meses, esta evaluación permite tomar decisiones de diversa índole.

A continuación, se aplica la propuesta para el caso de los ya existentes:

- **Asignación de valor a cada parámetro en el Cuadro 4.14.**

Cuadro 4.14. Aplicación a proveedores existentes

Aspecto	%	Arca Continental	Coca Cola Company	Colombina	Grupo Familia	Nestle	Bunkky	Distribuidora Chambeli	Creaciones Samir	Importadora Hermanos	Novedades Angelita	Dipaso	Consumere
Entrega a tiempo	0.30	3	3	4	3	5	3	4	5	4	5	5	5
Precio	0.25	4	4	4	3	5	3	5	5	5	5	5	4
Entrega en cantidad	0.30	4	4	4	3	5	3	5	4	5	5	5	5
Flexibilidad	0.15	3	3	2	3	5	3	4	5	5	5	5	4

Fuente: elaboración propia

- **Cálculo de importancia y valores** en el Cuadro 4.15.

Cuadro 4.15. Cálculo de evaluación

Aspecto	Arca Continental	Coca Cola Company	Colombina	Grupo Familia	Nestlé	Bunky	Distribuidora Chambelli	Creaciones Samir	Importadora Hermanos	Novedades Angelita	Dipaso	Consumere
Entrega a tiempo	1.5	1.5	2	1.5	2.5	1.5	2	2.5	2	2.5	2.5	2.5
Precio	0.8	0.8	0.8	0.6	1	0.6	1	1	1	1	1	0.8
Calidad del producto	4	0.8	0.8	0.6	1	0.6	1	0.8	1	1	1	1
Flexibilidad	0.3	0.3	0.2	0.3	0.5	0.3	0.4	0.5	0.5	0.5	0.5	0.4
Total	6.6	3.4	3.8	3	5	3	4.4	4.8	4.5	5	5	4.7

Fuente: elaboración propia

- **Toma de decisión:** Como muestran los resultados el proveedor más confiable para el Bazar es Arca Continental, seguido de Dipaso, Novedades Angelita y Nestlé, por el contrario, los proveedores menos confiables son Bunky y Grupo Familia.

Si se toma en consideración los productos estratégicos para el Bazar, según lo anteriormente analizada y se relaciona con sus proveedores, puede terminarse cuál de ellos tiene mayores riesgos de no garantizar la disponibilidad y tomar acciones

para prevenir la situación negativa y garantizar la satisfacción de los clientes. Ver Cuadro 4.16.

En el caso de Grupo Familia no suministra productos claves del Bazar, aun así, sería bueno tomar acciones para mitigar las posibles fallas.

Cuadro 4.16. Relación producto-proveedor-acción

Productos	% disponibilidad	Acción estratégica a seguir
Blusas talla M	95	
Blusas talla L	91	
Calentadores	98	
Zapatos deportivos niños	66	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Pronosticar adecuadamente la demanda.</i> 2. <i>Mantener inventarios de seguridad más altos.</i> 3. <i>Priorizar en el presupuesto la compra de estos productos.</i> 4. <i>Negociar con el proveedor mayor flexibilidad ante pedidos emergente.</i>

Las acciones definidas en la propuesta podrían garantizar económicamente para el Bazar:

Cuadro 4.17. Acciones definidas

Cantidades promedios de venta del producto al mes	XX
Precio unitario (USD)	XX
Ingresos por la mejora (USD)	XXX

CONCLUSIONES

- La selección de los proveedores actualmente en el Bazar Papelería Gloria afecta la satisfacción de los clientes, fundamentalmente la disponibilidad de los productos, indicador que además fue reconocido, analíticamente para los de mayores ingresos, lo que permitió corroborar los criterios de los clientes encuestados.
- La causa principal relacionada con el proveedor que es el elemento crítico que causa la disponibilidad es el proceso durante la selección que actualmente sigue el Bazar – Papelería “Gloria”.
- La propuesta realizada se basó en la mejora del proceso de selección, la cual además fue válida con un grupo de proveedores, permitiendo conocer cuáles son los proveedores más confiables y cuáles no, lo que posibilita la toma de decisiones con respecto a los mismos, de manera que garantiza la satisfacción de los clientes.

RECOMENDACIONES

- Poner en práctica de manera continua la mejora propuesta, así como extenderla a todos los proveedores y productos, para de esta forma lograr mejorar las compras y disponibilidad de productos pertinentes y necesarios para la empresa.
- Incluir herramientas de registro como, la rotación del producto e inventarios que facilite mejoras dentro del stock y que a su vez no perjudique al desenvolvimiento de las ventas.
- Capacitar a la parte humana para la aplicación de la propuesta del procedimiento a seguir para el buen desempeño del Bazar – Papelería” Gloria”.

BIBLIOGRAFÍA

- Benitez, R. M.-A. (2007). *Gestión de operaciones y logística*. República Dominicana: EOI.
- Coral, A. S. (2014). *Administración de compras. Adquisiciones y abastecimiento*. México D.F.: GRUPO EDITORIAL PATRIA S.A. DE C.V.
- Couso, R. P. (2010). *Atención al cliente*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Fernández, R. L. (2014). *Logística de Aprovisionamiento*. España: Ediciones Parainfo, S.A.
- Kiyosaki., R. T. (2013). *El negocio del siglo XXI*. México: Santillana Ediciones Generales, S.A. de C.V.
- López, M. D. (2011). *Logística Integral*. Bogotá: Ediciones de la U.
- Monterroso, E. (2002). *La Gestión de Abastecimiento (Inbound Logistic)*. Buenos Aires.
- Pulido, J. L. (2014). *GESTION DE LA CADENA DE SUMINISTROS - El ultimo secreto*. Caracas: Torino.
- Sabrià, F. (2011). *La Cadena de Suministro*. Barcelona: Alfaomega Grupo Editor S.A. DE C.V.
- Sampieri, R. H. (2010). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 5ta edición*. México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Slywotzky, A. J. (2012). *Demanda: Crear lo que las personas desean antes de que sepan qué quieren*. Bogotá: Carvajal Educación.

ANEXO 1. MÉTODO DE OBSERVACIÓN - ROTACIÓN DE CLIENTES

SEMANA 1						
LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
46	44	43	41	40	45	42

301

SEMANA 2						
LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
43	42	44	46	44	49	47

315

SEMANA 3						
LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
44	41	43	45	43	49	50

315

SEMANA 4						
LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
41	42	44	41	43	47	45

303

SEMANA 5						
LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
41	46	43	42	45	48	44

309

SEMANA 6						
LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
42	43	45	49	46	41	47

313

SEMANA 7						
LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
43	44	41	45	46	42	49

310

SEMANA 8						
LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
43	44	44	47	40	41	48

307

$$2473 / 56 = 44.16$$

ANEXO 2. PROCESAMIENTO DE LA ENCUESTA

CRITERIO	VALORES	PORCENTAJE (%)
MUY FRECUENTE	9	30
FRECUENTE	14	47
POCO FRECUENTE	6	20
POR ESTA VEZ	1	3
TOTAL	30	100

CRITERIO	VALORES	PORCENTAJE (%)
PRECIO	12	40
CERCANÍA	3	10
CLIENTE FIJO	11	37

EL PRODUCTO BUSCADO NO LO ENCONTRABA EN OTRO LUGAR	4	13
TOTAL	30	100

CRITERIO	VALORES	PORCENTAJE (%)
SI	14	47
NO	16	53
TOTAL	30	100

CRITERIO	VALORES	PORCENTAJE (%)
SIEMPRE	5	17
CASI SIEMPRE	7	23
REGULARMENTE	18	60
NUNCA	0	0
TOTAL	30	100

CRITERIO	VALORES	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	3	21
MUY BUENA	13	54
BUENA	8	25
MALA	0	0
TOTAL	30	100

CRITERIO	VALORES	PORCENTAJE (%)
ROPA	6	20
COSMETICOS	4	14
FANTASIA	1	3
PAPELERIA	4	13
JUGUETES	2	7
ARTICULOS PARA EL HOGAR	3	10
ALIMENTOS	1	3
HIGIENE PERSONAL	1	3
ARTICULOS VARIOS	8	27
TOTAL	30	100

CRITERIO	VALORES	PORCENTAJE (%)
EXCELENTE	11	37
MUY BUENA	12	40
REGULAR	7	23
MALA	0	0
TOTAL	30	100

CRITERIO	VALORES	PORCENTAJE
\$0.25 A \$5.00	7	23%

\$5.00 A \$15.00	13	44%
\$15.00 A \$25.00	9	30%
O MAS	1	3%
TOTAL	30	100%

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, Carla Andrea Ojeda Gilbert en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación PROPUESTA DE MEJORAS PARA LA SELECCIÓN DE PROVEEDORES DEL BAZAR – PAPELERÍA “GLORIA” EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL EN EL PERIODO 2017, de la modalidad Matutina Presencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Administración de Empresas, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

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

Carla Ojeda Gilbert

Nombre y Apellidos del Autor

Carla Ojeda G.

Firma

No. de cedula: 0951942275



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



CÉDULA DE
CIUDADANÍA
APELLIDOS Y NOMBRES
**OJEDA GILBERT
CARLA ANDREA**
LUGAR DE NACIMIENTO
**GUAYAS
GUAYAQUIL
BOLIVAR /SAGRARIO/**
FECHA DE NACIMIENTO **1996-03-21**
NACIONALIDAD **ECUATORIANA**
SEXO **F**
ESTADO CIVIL **SOLTERA**

No. **095194227-5**


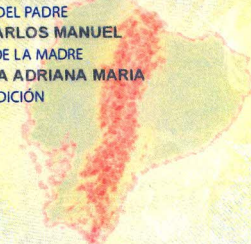


INSTRUCCIÓN
BÁSICA

PROFESIÓN / OCUPACIÓN
ESTUDIANTE

V23431322


APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE
OJEDA YAGUANA CARLOS MANUEL
APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE
GILBERT DAQUILEMA ADRIANA MARIA
LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN
**GUAYAQUIL
2014-03-21**
FECHA DE EXPIRACIÓN
2024-03-21



Carla Ojeda G

DIRECTOR GENERAL

FIRMA DEL CEDULADO



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



Número único de identificación: 0951942275

Nombres del ciudadano: OJEDA GILBERT CARLA ANDREA

Condición del cedulao: CIUDADANO

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

Fecha de nacimiento: 21 DE MARZO DE 1996

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: MUJER

Instrucción: BASICA

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: SOLTERO

Cónyuge: No Registra

Fecha de Matrimonio: No Registra

Nombres del padre: OJEDA YAGUANA CARLOS MANUEL

Nombres de la madre: GILBERT DAQUILEMA ADRIANA MARIA

Fecha de expedición: 21 DE MARZO DE 2014



Información certificada a la fecha: 27 DE AGOSTO DE 2018

Emisor: HUMBERTO ALEJANDRO MOYA FLORES - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 38 - GUAYAS - GUAYAQUIL

° de certificado: 188-150-05861



188-150-05861

Ing. Jorge Troya Fuertes
Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación
Documento firmado electrónicamente





DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20180901038D15907

Ante mí, NOTARIO(A) HUMBERTO ALEJANDRO MOYA FLORES de la NOTARÍA TRIGÉSIMA OCTAVA , comparece(n) CARLA ANDREA OJEDA GILBERT portador(a) de CÉDULA 0951942275 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil SOLTERO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede CLAUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN, es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 27 DE AGOSTO DEL 2018, (17:19).


CARLA ANDREA OJEDA GILBERT
CÉDULA: 0951942275

NOTARIO(A) HUMBERTO ALEJANDRO MOYA FLORES
NOTARÍA TRIGÉSIMA OCTAVA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

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

CERTIFICO:

Que después de analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Propuesta de mejoras para la selección de proveedores del bazar – papelería “Gloria””** y problema de investigación: **¿La selección de proveedor que lleva a cabo actualmente en el Bazar - Papelería “Gloria” afecta la satisfacción del cliente durante el 2017?**, presentado por Carla Andrea Ojeda Gilbert como requisito previo para optar por el título de:

TECNÓLOGA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS

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



Egresada:

Carla Andrea Ojeda Gilbert



Tutora:

MsC. Noemi Delgado Alvarez

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

CERTIFICO:

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

Wais Alberto Andrade

Wais Alberto Andrade

Nombre y Apellidos del Colaborador
CEGESCYT

Firma

