



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

**UNIDAD ACADÉMICA DE EDUCACIÓN COMERCIAL,  
ADMINISTRACIÓN Y CIENCIAS (UAECAC).**

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

TEMA:

**IMPLEMENTACIÓN PROCESOS DE CONTROL EN LA  
ENTREGA DE MERCADERÍA DE ARTÍCULOS  
FERRETEROS DE LA DISTRIBUIDORA  
RM DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL**

Autora:

**Herrera Sánchez María Johanna**

Tutor:

**PhD. Simón Alberto Illescas Prieto**

Guayaquil, Ecuador

**2018**



## DEDICATORIA

Dedico este proyecto principalmente a Dios por ser el inspirador para cada uno de mis pasos. Por los triunfos y los momentos difíciles que nos han enseñado a valorarlo cada día más.

A mi esposo Reinaldo Zambrano que ha sido un pilar fundamental en mi formación como profesional, por brindarme la confianza, consejos, oportunidad y recursos para lograrlo.

A mi madre por estar siempre en esos momentos difíciles brindándome su amor, paciencia y comprensión, y por último a esos verdaderos amigos y compañeros con los que compartimos todos estos años juntos.

Herrera Sánchez María Johanna



## **AGRADECIMIENTO**

Al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano por abrirnos las puertas para poder culminar nuestros estudios con éxitos.

A mi tutor Simón Illescas, que sin su ayuda y conocimiento no hubiese sido posible realizar este proyecto.

A mis hermanos, por cada día hacerme ver la vida de una forma diferente y confiar en mis decisiones.

A mis padres políticos René y Margarita Zambrano, gracias por creer en mí y gracias a Dios por permitirme vivir y disfrutar de cada día.

Herrera Sánchez María Johanna

## **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

### **CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la comisión de culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Implementación procesos de control en la entrega de mercadería de artículos ferreteros de la distribuidora RM de la ciudad de Guayaquil.”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

### **TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

El problema de investigación se refiere a: **¿Qué procesos de control se utilizan en la en la entrega de mercadería de artículos ferreteros en la distribuidora RM, ubicada en la ciudad de Guayaquil, en el año 2018?**, el mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada:

**Herrera Sánchez María Johanna**

Tutor:

**PhD. Simón Alberto Illescas Prieto**



## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, María Johanna Herrera Sánchez en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación:

**Implementación procesos de control en la entrega de mercadería de artículos ferreteros de la distribuidora RM de la ciudad de Guayaquil,** de la modalidad de semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en administración de empresas, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

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

Johanna Herrera Sánchez

Nombre y Apellidos del Autor

No. de cédula: 0940221278

\_\_\_\_\_

Firma

## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica de Tecnología (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: TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

Implementación procesos de control en la entrega de mercadería de artículos ferreteros en la distribuidora RM, de la ciudad de Guayaquil.

**Autora:** Herrera Sánchez María Johanna

**Tutor:** PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

Resumen

La empresa distribuidora RM, dedicada a la distribución y ventas de artículos de ferretería y materiales de construcción en general, donde se desarrollará una implementación de un manual de procesos de control en la entrega de mercadería, para determinar posibles riesgos existentes. se realizó verificaciones sorpresivas del inventario en el área de bodega y que el personal tenga conocimiento de los procesos de toda el área comercial, de compras, producción, transporte, almacenaje y distribución, Los tipos de investigación utilizados fueron de tipo explicativo, exploratorio y descriptivo. El método heurístico fue aplicado a la metodología, para evaluar los efectos de las actividades y el procedimiento de las técnicas se aplicó a través de una entrevista y una encuesta ya que estas arrojaron respuestas eficaces, profundas, llenas de detalles valiosos para realizar la investigación correspondiente y a su vez la mejor alternativa de solución, implementar estrategias de marketing y mejorar el nivel de ingresos por ventas de mercadería.

Procesos

Control

Artículos

Ferreteros



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE  
TECNOLOGÍA**

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

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

**TEMA:**

Implementación procesos de control en la entrega de mercadería de artículos ferreteros en la distribuidora RM, de la ciudad de Guayaquil.

**Autora:** Herrera Sánchez María Johanna

**Tutor:** PhD. Simón Alberto Illescas Prieto

Abstract

**The distribution company RM, dedicated to the distribution and sales of hardware and construction materials in general, where an implementation of a manual of control processes in the delivery of merchandise will be developed, to determine possible existing risks. Surveys were made of the inventory in the warehouse area and that the personnel have knowledge of the processes of the entire commercial area, of purchases, production, transport, storage and distribution. The types of research used were explanatory, exploratory and descriptive. The heuristic method was applied to the methodology, to evaluate the effects of the activities and the procedure of the techniques was applied through an interview and a survey since these yielded effective, deep answers, full of valuable details to perform the corresponding research and in turn the best solution alternative, implement marketing strategies and improve the level of income from merchandise sales.**

Procesos

Control

Articles

Ironmonger



## ÍNDICE GENERAL

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Carátula.....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Certificación de la aceptación del Tutor.....	iv
Cláusula de autorización.....	v
Certificación de aceptación del Cegescit.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Índice general.....	ix
Índice de gráficos.....	xii
Índice de cuadros.....	xiii

### CAPÍTULO I

#### EL PROBLEMA

##### PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ubicación del problema en un contexto.....	1
Ubicación del problema en un contexto.....	2
Situación conflicto.....	3
Delimitación del problema.....	3
Formulación del problema.....	4

Variables .....	4
Evaluación del problema.....	4
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
Interrogantes específicos.....	6
Justificación e Importancia.....	6
Justificación e importancia.....	7
Justificación e importancia.....	8

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

Fundamentación Teórica.....	9
Antecedentes históricos .....	9
Antecedentes referenciales.....	19
Fundamentación Legal.....	21
Variables de la Investigación.....	26
Definiciones conceptuales.....	27

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Presentación de la Empresa.....	29
Diseño de la Investigación.....	32
Tipos de la Investigación.....	32
Población y Muestra.....	33
Métodos y Técnicas de la Investigación.....	35
Procedimientos de la investigación.....	36

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

Aplicación a las Técnicas de Instrumentos.....	38
Plan de Mejoras.....	49
Conclusiones.....	54
Recomendaciones.....	55
Bibliografía.....	56
Anexos.....	

## INDÍCES DE GRÁFICO

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Gráfico 1: Producto/ Servicio.....	38
Gráfico 2: Servicio.....	39
Gráfico 3: Producto.....	40
Gráfico 4: Distribuidora.....	41
Gráfico 5: Servicio a Otros Clientes.....	42
Gráfico 6: Regresará por nuestros productos.....	43
Gráfico 7: Calidad de nuestros productos.....	44
Gráfico 8: Satisfacción de la Empresa.....	45
Gráfico 9: Tiempo de Entrega.....	46
Gráfico 10: Empleados Capacitados.....	47

## ÍNDICES DE CUADROS

<b>Contenidos:</b>	<b>Páginas:</b>
Cuadro 1: Conflicto.....	03
Cuadro 2: Tipos.....	32
Cuadro 3: Universo.....	34
Cuadro 4: Muestra de la Empresa.....	34
Cuadro 5: Procedimientos.....	35
Cuadro 6: Producto / Servicio.....	38
Cuadro 7: Servicio.....	39
Cuadro 8: Producto.....	40
Cuadro9: Distribuidora.....	41
Cuadro 10: Servicio a otros clientes.....	42
Cuadro 11: Regresará por nuestros productos.....	43
Cuadro 12: Calidad de Nuestros Productos.....	44
Cuadro 13: Satisfacción de la Empresa.....	45
Cuadro 14: Tiempo de Entrega.....	46
Cuadro 15: Empleados Capacitados.....	47

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La distribución de artículos ferreteros ha permitido a grandes y pequeños inversionistas tener la pertinencia de crecer y obtener una buena estabilidad y rentabilidad económica considerable logrando así el desarrollo de cada comercio.

Actualmente el proceso de compra y venta es un factor muy importante para tomar decisiones por que interviene la calidad de dicho proceso del producto, ya sea para cualquier persona o empresa. La competencia hoy en día entre las empresas es bien fuerte ya que las compañías son las que deben de encargarse de cumplir con la satisfacción de la clientela.

Para lograr competitividad y permanecer adentro del mercado la empresa debe tener ciertas características para así brindarles un valor agregado a los clientes tales como: innovación de productos, de procedimientos de calidad, de tecnologías, de certificaciones, premios, procesos, etc.

Distribuidora RM, es una empresa dedicada a comercializar y distribuir artículos ferreteros en general al por mayor y menor. El planteamiento del problema brinda la oportunidad para implementar un sistema de calidad y mejorar los procesos y obtener un valor agregado que nos distinga de las otras competencias, y así contar con las bases necesarias para realizar observaciones y recomendaciones.

en cuanto a la competitividad entre las empresas, así como de las ventas de los productos para incrementar y mantener sus ventas dentro del mercado y ser la preferencia de los clientes garantizando la calidad del servicio y para lograr todo lo antepuesto es necesario contar con procesos de calidad adecuados.

### **Ubicación del problema en un contexto.**

La empresa distribuidora RM, está ubicada en el centro de la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, en las calles Rumichaca 2306 / Huancavilca y Capitán Nájera.

Cuenta con 14 trabajadores, desde que fue creada se ha identificado por tener responsabilidad social y eficacia en un servicio dedicado al público, proporcionando seguridad y cordialidad a los comerciantes y clientes.

En el mes de julio Del 2012 La Sra. Margarita Zambrano decide crear la empresa de distribución, quien la administra personalmente, la misma que se inició con un capital de 78.000 dólares.

La empresa se dedica a la comercialización de materiales de construcción y productos de ferretería en general, maneja diferentes líneas de productos, pero como toda compañía tiene varios problemas que corresponde al nivel de ventas, distribución y almacenaje de mercadería a la cual dará una alternativa de solución.

El actual proyecto busca implementar procesos de control en la entrega de mercadería para determinar potenciales riesgos existentes. La idea es que se efectúen verificaciones sorpresivas del inventario en el área de bodega y que el personal tenga conocimiento de los procesos de toda el área comercial, de compras, producción, transporte, almacenaje y distribución. Tener una ubicación de los productos para el momento de la entrega de la mercadería.

## Situación Conflicto

La situación conflicto surge por el incumplimiento en las metas encomendadas. Se realizó la toma de datos desde que inicia el proceso hasta que finaliza, observando que existen varios factores como: En los despachos incorrectos, se da porque hay una mala toma de datos para los inventarios, malestar y queja por parte de los clientes por las demora en el despacho de lo comprado, esto implica que los colaboradores no están altamente capacitados en el conocimiento de los productos, esto traerá perdidas de clientes e ingresos por ventas en las cuales es importante fomentar la creatividad e innovación continuamente.

**Cuadro 1 Conflicto**

<b>Antecedentes</b>	<b>Consecuencias</b>
Despachos incorrectos	Errores en la toma de inventarios
Colaboradores no capacitados en el conocimiento de los productos	Malestar y queja por parte de los clientes por deficiente despacho
Entrega tardía de pedidos	Pérdida de clientes

Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna.

## Delimitación del Problema

**Campo:** Administración

**Área:** Artículos

**Aspectos:** Procesos de control, artículos Ferreteros

**Tema:** Implementación Procesos de Control en la Entrega de mercadería de Artículos Ferreteros de la Distribuidora RM de la Ciudad de Guayaquil.

### **Formulación del Problema**

¿Qué procesos de control se utilizan en la entrega de mercadería de artículos ferreteros de la distribuidora RM, ubicada en la ciudad de Guayaquil, en el año 2018?

### **Variables de Investigación**

**Variable Independiente:** Procesos de Control.

**Variable Dependiente:** Artículos Ferreteros.

### **Evaluación del Problema**

**Delimitado:** el problema estudiado se enfocó en que procesos de control se utilizan en la entrega de mercadería, realizando verificaciones sorpresivas en el área de bodegas vinculando al personal para que tenga conocimientos de los procesos de toda el área comercial, almacenaje, y distribución implementando estrategias de marketing y mejorar sus procesos en la entrega de mercadería y con la propuesta planteada ayudará con la implementación del mismo.

**Claro:** para realizar este trabajo investigativo no se necesita de términos muy complicados es fácil de entender e identificar cada idea de una forma precisa.

**Evidente:** la información que arrojan las observaciones a través de la guía, fue el instrumento aplicado para observar la necesidad y llevar a cabo satisfactoriamente el estudio de campo.

**Concreto:** la determinación de este proyecto será adecuada, directa y demostrar cada idea de acuerdo a la información obtenida de una forma precisa y concreta.

**Relevante:** el tema realizado es sumamente muy importante tanto para la empresa distribuidora, como para los colaboradores de la misma organización ya que si se logra el objetivo propuesto se obtendrán resultados más rápidos y precisos de la realidad y a su vez propiciar cual es la mejor alternativa de solución.

**Factible:** la aplicación de la propuesta que se demuestren en este trabajo ayudará a la puesta en marcha de la implementación del manual de procedimientos de actividades en la entrega de mercadería, que proporcionará un mercado de clientes dispuestos a adquirir y utilizar los productos y servicios obtenidos del proyecto desarrollado, y así podrá mejorar el nivel de sus ingresos por ventas y salidas de mercaderías.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General:**

Implementar un control de inventarios en la distribuidora RM, para la elaboración de un manual de procedimientos de actividades, en la entrega de mercadería de la distribuidora RM.

### **Objetivos Específicos:**

- Diagnosticar la situación actual de la distribuidora, analizando el ciclo completo de los productos desde su compra hasta el despacho.
- Identificar los problemas actuales en el área de inventarios.
- Implementar un manual de procedimientos en el control de mercadería de la distribuidora RM.

### **Interrogantes de la Investigación**

- 1.- ¿Qué técnicas se implementarían para diagnosticar la situación actual de la distribuidora, y analizar el ciclo completo de los productos desde su compra hasta el despacho?
- 2.- ¿Cómo identificar los problemas actuales en el área de inventarios?
- 3.- ¿Qué estrategias desarrollar para la implementación del manual de procedimientos en el control de mercadería?

### **Justificación e Importancia**

En la presente investigación se propone la de implementación para la mejora de los procesos de control en la entrega de mercadería de artículos ferreteros en la distribuidora RM. Cumpliendo los objetivos y metas planteadas de cada proceso para tomar medidas correctoras y mejorar el rendimiento de la distribución.

Al implementar el esquema propuesto ayudará a definir y desarrollar técnicamente la investigación, analizar todos los aspectos que dan origen al mismo y proponer cual es la mejor alternativa de solución.

Es necesario y muy importante mejorar las ventas actuales de la empresa, hoy en día, la crisis económica reduce el consumo de productos que se refleja en las cifras de las bajas ventas, esto obliga a que la empresa determine una orientación estratégica que ayude a identificar las necesidades insatisfechas.

Es importante que existan ventas, aunque son el último paso en todo este proceso comercial, es lo que pone en marcha todo el proceso nuevamente, teniendo en cuenta que son las ganancias de las ventas el recobro de costos que conlleva la operación, además de la obtención de la ganancia es lo que permite la adquisición de nuevos bienes por parte del productor, el incremento de la producción y la realización de nuevas inversiones.

Una organización empresarial puede generar mayores ingresos a partiendo de una multiplicidad de fuentes, incluyendo los ingresos de explotación de las ventas, regalías e intereses recibidos de activos financieros de su propiedad, rentas y ganancias de capital provenientes de la venta de inmuebles en propiedad. Sin embargo, cuando las organizaciones obtienen ingresos bajos directamente de los procedimientos derivados de las ventas, como una sociedad de inversión, todavía deben por lo general tener algún tipo de esfuerzo limitada con frecuencia de ventas concentrado para reclutar más socios limitados.

Muchas empresas no invierten en ventas, tratándolas como una idea de último momento, para ser agenciadas después de que los directivos resuelvan los problemas de producción, distribución y financiación. Las mejores fuerzas de ventas son profesionales bien pagados, con el apoyo de una fuerte campaña de marketing y sirviendo a los intereses claves de los compradores con un soporte de marketing, dinero y tiempo, con la

morada al futuro serán las técnicas de gestión, todavía debemos tener un mecanismo de venta en el lugar o todo lo demás será inútil. Se debería tener un estudio sobre los canales de distribución para comprender cómo llega el producto a su destinatario final.

Sin la existencia de los canales de distribución las industrias y empresas caerían en un enorme caos sin poder realizar sus actividades que hoy en día son muy comunes y es el camino seguido del producto para su movimiento desde la fabricación hasta llegar al consumidor.

Es necesario valorar cuán fundamental es el papel de los intermediarios que hacen que el producto llegue al usuario final en buen tiempo lo que asegura que se reciba la mercadería a un precio razonable.

La utilización adecuada de estos, mejora la eficiencia de las ventas. Sin su existencia las empresas e industrias, la distribución de los productos sería caos y se permitiría cumplir las actividades planificadas en otras áreas, a tal dimensión que las páginas en que fue impreso este compendio de datos no hubiesen sido posibles obtenerlas de una forma rápida y sencilla; Sin mencionar la disponibilidad que nos ofrecen los canales de distribución actualmente.

Al implementar estrategias de marketing la distribuidora podrá elevar el nivel de sus ingresos por ventas y salida de mercadería, aumentar sus utilidades, mejorar sus procesos en la entrega de mercadería, es decir la empresa será competitiva en todos los aspectos sin temor de enfrentarse a la competencia.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

### **FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

#### **Antecedentes Históricos**

A nivel mundial históricamente las empresas ferreteras, se inician como pequeños negocios ubicados en las viviendas, al pasar el tiempo y la demanda de los clientes son mayores cada vez, algunos empresarios empezaron a renovar los productos con el fin de ofrecer a los trabajadores de obras y proporcionar materiales e instrumentos especiales a los artesanos para su labor.

Según Janny (2005) **“La distribución de un producto o servicio”** se refiere al diseño de los arreglos necesarios para transferir la propiedad de un producto y transportarlo de donde se elabora a donde finalmente se consume. (p.4).

Por su parte Lovelock y Wirtz (2009) expresan que este elemento describe a un sistema que mueve físicamente las mercancías desde donde se producen a la zona en que se pueden adquirirlos y utilizarlos. surge una necesidad en donde el cliente espera satisfacer con el servicio brindado, la calidad del producto y la entrega inmediata.

Las tiendas del ramo ferretero evolucionaron lo que conllevó a que dividieran por bloques sus departamentos y se dedicaran a vender materiales de un sector en específico. Debido a este sistema las tiendas de

ventas de artículos de jardinería se hicieron populares, las que se dedican a la venta de cadenas, acoplamientos y ganchos, las especialistas en tubos y varillas de diversos materiales y tamaños, las que vendían herramientas metálicas y eléctricas.

Argentina a nivel internacional, en la época de la colonia en nacieron estas tiendas y ayudaron a construir la provincia. Desde los tiempos de la colonización, lo que hoy conocemos como ferreterías han estado vigentes para satisfacer a cualquiera que han necesitado accesorios o herramientas. Por supuesto, con el correr de los años, estos comercios fueron modificándose; muchos desaparecieron y muy pocos sobrevivieron al híper ferreterías.

Desde la fundación de Mendoza (Argentina) por Pedro del Castillo (1561), los conquistadores trasladaron del viejo continente las primeras herramientas yunques, fraguas y martillos.

Años después se instalaron en estas provincias las primeras ferreterías, que por entonces se denominaban pulperías, y en las que había todo tipo de mercaderías, incluyendo martillos, clavos, azadones y unas pocas planchas de hierros. La mayoría las ferreterías se abastecían de sus mercancías en Buenos Aires y en Chile.

### **Pionero de la ferretería en Cuyo**

A la mitad del siglo XIX se fundó el primer comercio ferretero, en calles aledañas a la plaza principal de la ciudad Pedro del Castillo propiedad de Lucas Núñez. Después se instaló en la calle San Martín y Entre Ríos la primera ferretería post-terremoto en 1861, de Emiliano Torres – quien fue trabajador en el comercio de Núñez por varios años- la que ofrecía una variedad de herramientas y accesorios. Según León Liebes, Goldtree Mauricio (1888) GOLDTREE S.A. DE C.V., fué la ferretería más antigua de

El Salvador, es una empresa de gran trayectoria desde su fundación inició labores en el departamento de Santa Ana exportando añil, bálsamo, miel de abeja, plumas de ganzo y cuernos de venado. Años después se crearon agencias en los departamentos de sonsonate (por su riqueza de bálsamo).

Fue en el año 1908 que se creó la Casa GOLDTREE en San Salvador, que vendía telas, especies, velas, y diferentes clases de mercadería en camiones, en 1937 se decide cambiar su nombre a “Casa Goldtree Liebes & Cía.” Para 1940 inaugura su propio edificio en San Salvador, transcurria el año 1974 cuando se amplió su negocio al Oriente del país con una sucursal en San Miguel.

Otra de las empresas pioneras en el sector de las ferreterías fué Almacenes Freund S.A. de C.V. fundada en el año 1913 por Don Max Freund, comenzó como una tienda pequeña en las donde se brindaba a sus compradores diferentes clases de viveres. Posteriormente incementaron a su stok la venta de productos agrícolas: pollos y otros derivados de este producto.

A nivel nacional la historia detrás de las ferreterías es también la de actividades comerciales familiares que tuvieron que ir evolucionando conforme se presentaban avances en la humanidad. Así, cuando la corriente eléctrica empezó a ser parte de la vida habitual de las personas durante el siglo XIX, tuvieron que introducirse a estos negocios herramientas para ser reparados los tableros eléctricos y circuitos domésticos.

Así comenzaron a establecer las ferreterías que eran comercios pequeños que abastecían a las personas. Gracias a estas se erigieron casas, iglesias y demás obras arquitectónicas que se pueden apreciar y disfrutar alrededor del mundo. No hay una construcción grandiosa o pequeña en la que no se haya visto implicado el sector ferretero. Según Bohorquez ,J (1983) surgió por **“la necesidad de cubrir el campo ferretero y materiales de construcción en general”** (p.1) Empezó como una empresa pequeña y

con pocos productos, con el avance de los años su creciendo llego hasta el punto de convertirse como una de las ferreterías favoritas de muchos ocañeros y pueblos vecinos.

Esta ferretería hoy en día cuenta con una gran multiplicidad de productos de buena calidad, a costos convenientes y competitivos, aliado de una excelente atención a los clientes, procurando que esten satisfechos con la buena prestación brindada.

El desarrollo en la edificación de edificios para almacenes se debió a la revolución industrial, porque era necesario guardar cantidades grandes de material. De poco se perfecciono el levantamiento de construcciones para la seguridad al almacenar los productos.

En el siglo XX, los adelantos principales se promovieron en el campo de la sustento de los equipos mecánicos y en la transportación. La mercadería eran almacenada en costales y cajones depositados en el suelo de establecimientos de muchas plantas, y eran manejada manualmente por lo que se hacia difícil conseguir la circulación de artículos que pedía al por menor. La demanda de los compradores crecia y la cantidad de referencias iba en aumento, era indiscutible la necesidad de operar con la mercancía como si fueran cargas unitarias.

En el siglo XXI, el almacenamiento es importante porque los negocios locales y internacionales demandan procesos eficientes y suficientes bodegas para guardar mercaderías, alimentos, valores y todo tipo de bienes que al llegar a los consumidores en condiciones óptimas al ser usados.

La mercadería debe estar protegida en un espacio que tenga las condiciones para su excelente conservación hasta que sea distribuida o utilizada, no solo es el local, se debe recurrir a un sistema de organización que ayuda a identificar, ubicar y reporte la cantidad y los costos de las existencias. En todo sistema o programa de administración de bodegas, se debe tener en presente la protección y la seguridad y estar apoyado con normas para lograr los estándares de calidad. Según Nicolás Trávez

Presidente del Grupo Unifer, empresa líder en Ecuador de la suministro completo de servicios y productos en el área de la construcción, piensa que el sector ferretero del país está en constante evolución.

Para que su desarrollo sea más prolifero , según Trávez, debe apropiarse de las nuevas directrices técnicas y constructivas, y ofrecer mercancías de última tecnología. Afirma que existe un nuevo desafío para el sector ferretero del país: ajustarse al nuevo enfoque y los requerimientos que la construcción sustentable exige, comercializando productos elaborados con normas conformes al manejo de desechos y eficiencia energética. “Con el objetivo de desarrollar conciencia ecologica en el país, Unifer propició el viaje de dos arquitectos chilenos peritos en construcción sostenible, que participaron en la Bienal de Arquitectura de Quito del año pasado. Donde expusieron en una charla los preceptos de esta nueva tendencia junto a los proveedores principales de materiales de construcción, que tuvo una excelente recepción entre los profesionales de la construcción, estudiantes de arquitectura e ingeniería y clientes”.

De igual manera el Ing. Julio Espinoza, Gerente de FESA, compañía con más de 45 años de experiencia en el sector, exterioriza que la mayoría de negocios ferreteros del país comenzaron desde cero sus labores y para progresar se ha aplicado tácticas que han fortalecido, entre las que destacan diversidad y la calidad de productos, la atención, la credibilidad, la seriedad, precios interesantes, entre otras.

<http://www.eloficial.ec/tag/gerente-del-grupo-espinoza-fesa/>

**“Nosotros fuimos uno de esos negocios y se entiende que el trabajo en mancomunado entre importadores, proveedores y ferreterías que permitido que el sector registre un significativo crecimiento”, comenta.**

Otro componente que según Espinoza ha impulsado el desarrollo de los negocios ferreteros en el país, es la importación y comercialización de

productos de países como Estados Unidos, Colombia, Italia, España, Japón, china, Taiwán, India, y Alemania, los cuales poseen excelente aceptación en el Ecuador.

Los representantes del grupo Espinoza y Unifer aseguran la credibilidad y el apoyo son fundamentales con la que se maneja la relación entre proveedores, ferreterías y usuarios finales. Además, es sustancial brindar un buen servicio a los consumidores, hay que orientarlos y ayudarlos a optar lo se ajuste a sus necesidades y capacidad de compra.

El marco teórico que se desarrolla a continuación, nos permitirá conocer y definir de manera sencilla y posible algunos conceptos básicos más importantes y necesarios para el correcto entendimiento del desarrollo de esta investigación, a continuación:

**Manual:** es un libro o folleto en el cual se recogen los aspectos básicos, esenciales de una materia. Permite comprender como funciona algo, o de manera ordenada y concisa, acceder al conocimiento alguna materia o tema.

**Proceso:** es una secuencia de fases, dispuesta lógicamente que se enfocan en tener un resultado específico. Son mecanismos de comportamiento que se diseñan los expertos para mejorar la productividad de una empresa o eliminar algún tipo de problema.

**Implementación:** es la realización o puesta en marcha de una programación previamente establecida, de un plan, una aplicación informática, modelo científico, diseño específico, etc.

Es igualmente importante dar un concepto acerca de lo que es una implementación procesos de control. Es el conjunto de acciones, planes, normas, políticas, registros, y métodos, incluido el entorno y actitudes que

desarrollan autoridades y su personal a cargo, con el objeto de advertir posibles conflictos que afectan a una entidad. Se cimienta en una estructura de cinco elementos funcionales: Ambiente de control, Evaluación de riesgos, Actividades de control gerencial Información y comunicación Supervisión.

Después de aclarar y dar significado a los conceptos mencionados anteriormente, se formula cual es la importancia de estos en la organización y el resultado que se espera obtener.

En el universo de los negocios la importancia y el correcto funcionamiento de una Compañía está centrada en la labor de quienes son contratados como Personal Administrativo, ejecutando diversas tareas y siendo conocidos también como Oficinistas, que cuentan con distintas funciones en el área de Atención al Cliente de una firma, realizando varias tareas en la misma. De nada servirá un paso sin el anterior y de nada sirve planear sino se ejecuta el plan, y de nada vale controlar todas las funciones si ni siquiera se ha contado con la colaboración de los empleados.

### **Distribución:**

En general, la distribución es un instrumento fundamental de la mercadotecnia (las otras son el producto, el precio y la promoción) que los especialistas en mercados manejan para lograr que los productos estén dispuestos para los clientes en las cantidades, lugares y momentos precisos.

Según el Diccionario de Marketing de Cultural S.A., la distribución es una de las subfunciones del marketing, que se delega a la organización de los elementos contenidos en la cadena que une al fabricante con el beneficiario final. De acuerdo con Jack Fleitman, la distribución encadena las estrategias y los procesos para transportar los productos desde su fabricación hasta su venta.

Los autores Ferrell, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos, destacan que la distribución es el hecho de hacer que las mercancías estén disponibles para los clientes en las cantidades que se necesiten.

Según los autores Julián P. Porto y María Merino (2010). La distribución, en este caso, es el proceso que consiste en hacer llegar físicamente el producto al consumidor. Para que sea exitosa, el producto debe estar en el momento y en el lugar indicado a disposición comprador potencial. Se puede decir que es la operación y consecuencia de distribuir productos.

### **Canal de distribución:**

Comprende todas las diligencias que deben realizarse para trasladar o colocar el producto/servicio desde el lugar de origen o producción al consumidor. Hoy en día los distribuidores son vistos como organizaciones dentro de un procedimiento o cadena que permite agregar valor a un bien o servicio. De esta forma se destaca el intento central de lograr un valor superior para el comprador concentrando la atención a los procesos, organización, incentivos que se adoptan para establecer valor para los consumidores, en la medida que los servicios o productos avanza desde el punto de origen hasta el usuario final.

**Figura 1** **Canales de distribución**



Cabe destacar que un canal de distribución eficiente ofrece a los negociantes una sustancial ventaja competitiva sobre los utilizados por la competencia. Por lo que es posible el logro de una ventaja competitiva.

¿Por qué son necesarios los canales de distribución?

Al estudiar y analizar el tema de los canales de distribución, surge una pregunta: ¿Por qué los productores comisionan a intermediarios una parte de la labor de venta? Para suministrar productos y servicios a los compradores, los miembros del canal agregan valor al excluir las brechas significativas de tiempo, lugar, y posesión que distancian los bienes y servicios de quienes los usarán.

Desde otro un punto de vista el uso de intermediarios ahorra dinero a al emprendimiento. Ya que se compran en grandes cantidades a muchos productores y se fraccionan en cantidades pequeñas, en surtidos más amplios según el consumidor desea.

Por otro lado, los autores como: Lamb, Hair, McDaniel y Kotler, Armstrong un canal de distribución traslada los bienes y servicios de fabricantes a compradores, ahorrando tiempo y dinero. Para los autores Kotler, y Armstrong, un canal de distribución **"es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial"** (p. 3) Se entiende de esta cita que en un canal de distribución toda la organización es vital para poner el producto en el sitio que el consumidor desee tenerlo.

Según el Diccionario de Marketing de Cultural S.A., (2014) sugiere que los canales de distribución son **"cada uno de los diferentes caminos, circuitos o escalones que de forma independiente intervienen en el proceso de hacer llegar los bienes y servicios desde el productor hasta el usuario o consumidor final"** (p. 3).

## **Organización:**

Al presente se necesita una organización eficiente para hacer frente a un mercado competidor y globalizado y para poder realizar un estudio dentro de las organizaciones es necesario puntualizar el concepto de organización a continuación se presentan diferentes definiciones.

Según Mooney (1947) "**organización" se refiere a algo más que a la estructura del edificio. Se refiere a todo el cuerpo, con todas sus funciones correlativas. Se refiere a las funciones que van apareciendo en acción. Se refiere a la coordinación de todos estos factores en cuanto colaboran para el fin común**". ( p. 1). Cabe destacar que el autor de esta cita refiere que en una organización todos los involucrados deben trabajar para conseguir llevar a cabo lo que se ha planificado logrando un fin común.

De acuerdo con León, (1985), "**una organización es en el sentido más amplio, es un acuerdo entre personas, para cooperar en el desarrollo d alguna actividad**" (p.68). Puede ser informal el acuerdo pero se constituye una sociedad en base a la ley establecida formalmente con objetivos, estatutos delegando las funciones a directivos y a los empleados.

Sin embargo para muchos administradores el término organización envuelve una estructura de funciones o puestos formalizados. Un administrador debe tener la capacidad de tomar decisiones que guien positivamente a las compañías y que se utilice competentemente los recursos que la empresa posee para lograr objetivos primordiales como competitividad, innovación y la concecusión de valores económicos y sociales las partes relacionadas.

## Antecedentes Referenciales

En la ciudad de Guatemala en la universidad de San Carlos de Guatemala la autora: ING. Evelyn L Serech ha publicado su manual con el tema **“Elaboración e implementación del manual de procedimientos para el control de inventarios en una empresa distribuidora”**. Por medio de un manual de procedimientos para el control de inventarios han podido lograr el objetivo primordial de poseer una herramienta de inducción y capacitación para los nuevos empleados que laboran actualmente en la empresa. Conocen el lugar correcto del almacenamiento de la mercadería en la bodega principal. Según la autora recalcó estar satisfecha gracias a la ejecución del manual para aumentar la eficiencia en las operaciones.

Según Power,J (2006 ) autor del tema: **“Medición de la Satisfacción del Cliente”**. Los comercios **“La satisfacción del cliente con un comercio está condicionada por cuatro factores: Ubicación, Selección de productos que ofrece, Precios, La experiencia de compra. Aunque los clientes no consideran de manera consciente cada uno de estos elementos antes de realizar sus adquisiciones, todos ellos influyen de manera equilibrada en su decisión de comprar”** (p.5).

En toda empresa se debe tomar en cuenta a los clientes como su mayor rublo porque de ellos depende que un negocio prospera si son bien atendidos regresaran a comprar nuevamente si por contrario no se sienten satisfechos no volveran.

En nuestro país en la ciudad de Cuenca en la universidad Politécnica Salesiana el autor: ING . Yunga, S Cristhian (2012). ha publicado su tesis de grado con el tema **“Propuesta para el mejoramiento de gestión en los procesos operativos de la ferretería El Cisne”**. La realizó a raíz de los problemas que presentaba la ferretería El Cisne, en donde los procesos

se están operando de una manera inadecuada por lo que la propuesta fue analizar la empresa y dar posibles soluciones para mejorar la gestión en sus procesos a futuro, a cerca de este tema no existe ninguna investigación realizada anteriormente por lo que se ha analizado la empresa de un modo general para determinar sus problemas mas relevantes y proceder a dar soluciones. ( p.1).

En esta investigación en primer lugar se hizo el análisis de la empresa en lo cual registró información del almacén, para luego analizarlo en base a las teorías estudiadas y dar en la propuesta la solución a los problemas detectados ya sean por medios descriptivos o mediante flujo gramas para el análisis de los problemas existentes se realizó mediante una encuesta exploratoria y descriptiva, se procedió a recolectar datos e información, con entrevistas personales con los trabajadores y la observación directa en los puntos de trabajo y en los distintos departamentos.

Según los autores Agudelo Andrés, Castañeda Paula, Rojas Laura (2009). Autores del tema: **“Diseño del manual de procesos, procedimientos y funciones para la distribuidora e importadora C.I COFFEE INN”**. En este documento se busca un progreso en sus labores operativas y administrativas, donde aspira aplicar conceptos de la administración con el fin de reformar y mejorar aspectos de la compañía, es por eso el objeto de desarrollar alternativas organizacionales como la instauración de un manual de procesos, procedimientos y funciones. Ya que el proposito del manual es de suplir las carencias reconocidas y falencias de la compañía; caben recalcar que la función específica de los manuales es el de instruir a los miembros que la componen. El fin es mejorar la eficacia y productividad en cada una de las áreas en los puestos de trabajo en la estructura de la organización.

El manual de procesos y procedimientos, es una arma muy importante para toda organización que se integran con una cadena de acciones que agilizan la labor de la administración, y ofrecen servicio de calidad y la bienestar del cliente.

Estos temas sirven para dar una referencia de la importancia de un proceso sobre los problemas que se están dando durante el avance de las actividades en el proceso y distribución de artículos masivos, que permite tener un parámetro para la ejecución de nuevos métodos que produzcan mejoras y realcen el nivel de productividad.

## **Fundamentación Legal**

### **Constitución del Ecuador (2008) - sección Novena**

Personas usuarias y consumidoras

**Art. 52.-** Las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interrupción de los servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

**Art. 53.-** Las empresas, instituciones y organismos que presten servicios públicos deberán incorporar sistemas de medición de satisfacción de las personas usuarias y consumidoras, y poner en práctica sistemas de atención y reparación. El Estado responderá civilmente por los daños y perjuicios causados a las personas por negligencia y descuido en la atención de los servicios públicos que estén a su cargo, y por la carencia de servicios que hayan sido pagados.

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

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

**Art. 55.-** Las personas usuarias y consumidoras podrán constituir asociaciones que promuevan la información y educación sobre sus derechos, y las representen y defiendan ante las autoridades judiciales o administrativas.

Capítulo sexto

## **Trabajo y producción**

Sección primera

### **Formas de organización de la producción y su gestión**

**Art. 319.-** Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

**Art. 320.-** En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social.

Sección segunda

### **Tipos de propiedad**

**Art. 321.-** El Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental.

Sección cuarta

### **Democratización de los factores de producción**

**Art. 334.-** El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.
2. Desarrollar políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.
3. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.

### **Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (2017).**

**Art. 3.- Objeto.** - El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven. La producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

## **Codificación de la ley del registro único de contribuyentes (2017).**

**Art.2.- Del Registro.** - El registro Único de Contribuyentes será administrado por el Servicio de Rentas Internas. Todas las instituciones del Estado. Empresas particulares y personas naturales están obligadas a prestar la colaboración que sea necesaria dentro del tiempo y condiciones que requiera dicha institución.

**Art. 3.- De La Inscripción Obligatoria.** - todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas, sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes.

También están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes las entidades del sector público; las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional; así como toda entidad, fundación, cooperativa, corporación, o entes similares, cualquiera sea su denominación, tengan o no fines de lucro. Los organismos internacionales con oficinas en el Ecuador; las embajadas, consulados y oficinas comerciales de los países con los cuales el Ecuador mantiene relaciones diplomáticas, consulares o comerciales, no están obligados a inscribirse en el Registro Único de Contribuyentes, pero podrán hacerlo si lo consideran conveniente.

Si un obligado a inscribirse, no lo hiciere, en el plazo que se señala en el artículo siguiente, el Director General del Servicio de Rentas Internas asignará de oficio el correspondiente número de inscripción; sin perjuicio a las sanciones a que se hiciere acreedor por tal omisión.

## **Código de trabajo.**

**Art.8.- Contrato individual.** - Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a

prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

**Art. 25.-** De las jornadas legales de trabajo. - Las jornadas de trabajo para las entidades, instituciones, organismos y personas jurídicas señaladas en el artículo 3 de esta Ley podrán tener las siguientes modalidades:

- a) Jornada Ordinaria: Es aquella que se cumple por ocho horas diarias efectivas y continuas, de lunes a viernes y durante los cinco días de cada semana, con cuarenta horas semanales, con períodos de descanso desde treinta minutos hasta dos horas diarias para el almuerzo, que no estarán incluidos en la jornada de trabajo; y,
  
- b) Jornada Especial: Es aquella que por la misión que cumple la institución o sus servidores, no puede sujetarse a la jornada única y requiere de jornadas, horarios o turnos especiales; debiendo ser fijada para cada caso, observando el principio de continuidad, equidad y optimización del servicio, acorde a la norma que para el efecto emita el Ministerio del Trabajo. Las servidoras y servidores que ejecuten trabajos peligrosos, realicen sus actividades en ambientes insalubres o en horarios nocturnos, tendrán derecho a jornadas especiales de menor duración, sin que su remuneración sea menor a la generalidad de servidoras o servidores. Las instituciones que, en forma justificada, requieran que sus servidoras o sus servidores laboren en diferentes horarios a los establecidos en la jornada ordinaria, deben obtener la aprobación del Ministerio del Trabajo. En el caso de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, sus entidades y regímenes especiales, esta facultad será competencia de la máxima autoridad.

## **Capítulo III**

### **De La Competencia y del Procedimiento**

**Art.568.-** Jurisdicción y competencia de los jueces del trabajo. - los jueces del trabajo ejercen jurisdicción provincial y tienen competencia privativa para conocer y resolver los conflictos individuales provenientes de relaciones de trabajo, y que no se encuentren sometidos a la decisión de otra autoridad.

**Art 569.-** Nombramiento de jueces y ejercicio de la judicatura del trabajo. - en cuanto a los requisitos para el nombramiento y el ejercicio de la judicatura, organización se ésta, funciones, atribuciones y deberes, y la subrogación de unos jueces por otros, se estará a lo que dispone la Ley Orgánica de la Función Judicial.

### **Variables de Investigación**

**Variable Independiente:** Procesos de Control.

Se puede decir que procesos de control es un conjunto de actividades, métodos y procedimientos con el fin de detectar errores o desvíos para corregirlos y evitar que sean repetidos, el control tiene un proceso a seguir; que a continuación se detalla:

- \* Estándares de calidad, establece la calidad del producto y sus especificaciones.
- \* Estándares de tiempo, establece el tiempo medio de fabricación de un producto.
- \* Estándares de costos, establece los costos de manufactura, administración y de ventas.

**Variable Dependiente:** Artículos Ferreteros.

Los artículos de ferretería son muy útiles, necesarios y de gran importancia ya sea para cubrir las necesidades y construcciones en el hogar. Ofrecen un servicio básico de productos destinados al bricolaje, las reformas y construcción, por ejemplo, como lo son para empresas constructoras de grandes magnitudes.

### **Definiciones Conceptuales**

**Artículo** : Es un producto u objeto que se elabora para ser comprado o vendido.

**Bricolaje** : Es una actividad manual para reparar, instalar, realizar un montaje artístico o cualquier otro tipo de manualidades, realizada sin ayuda de un profesional. Lo realiza una persona aficionada a la creación, mejora, mantenimiento o reparación en especialidades como electricidad, carpintería, albañilería, fontanería, etc.

**Control** : Es un proceso de verificación para comprobar si se cumple los planes programados, si el progreso de las metas y objetivos están siendo bien llevadas. Es necesario para corregir cualquier desviación.

**Creatividad** : se refiere al pensamiento divergente y la originalidad con la que ciertas personas enfocan su trabajo para lograr originalmente el éxito de las empresas que ponen marcha.

**Delimitado** : Es marcar claramente los límites de un proceso, es decir saber hasta dónde se puede llegar hasta lograr lo que se ha propuesto por muy difícil que sea un problema hay que dar solución en un contexto concreto.

**Evolución** : En el sentido mercantil la palabra evolución son los cambios que se han dado en empresas, instituciones a través del tiempo es decir los avances que han tenido los mercados comerciales desde que se han creado.

**Ferreteros** : son locales dedicados a la venta de materiales metálicos y de otros tipos de mercadería que usan en la construcción, reparación y bricolaje.

**Fundamentar** : Es partir principios originarios para crear, procesar, constituir o implantar algo.

**Implementar** : es poner en practica práctica acciones para llevar a cabo algún plan propuesto.

**Mercadería** : En el contexto económico se denomina mercancía al producto elaborado con el fin de ser vendido y comprado por personas que tienen la necesidad de adquirirlo.

**Producción** : Se refiere de producir, bienes o servicios con el objetivo de ser comercializados para obtener ganancias.

**Proyecto** : Es una iniciativa, plan o idea que se plasma con un objetivo determinado, para iniciar una empresa, un negocio o mejorar los ya existentes para el bienestar de administradores, empleados o posibles beneficiarios de los resultados de un proyecto

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA**

#### **Presentación de la Empresa**

##### **Datos de la Empresa**

**Nombre de la Empresa:** Distribuidora e Importadora RM

**Nombre Comercial:** Distribuidora – RM

**Fecha de Constitución:** 30 de Julio del 2012

**Registro Único de Contribuyente:** 1306739200001

**Objeto Social:** Artículos de ferretería en general

Distribuidora RM se encuentra ubicada en el centro de la ciudad de Guayaquil en las calles Rumichaca 2306/ Huancavilca y Capitán Nájera, cuenta con 14 colaboradores y se dedica a la importación y distribución de artículos de ferretería al por mayor y menor a comerciantes, micro y medianas empresas cubriendo satisfactoriamente las necesidades de los clientes que requieran productos de buena calidad y costo bajo.

##### **Visión:**

Identificar y ser conocidos como distribuidores con excelencia, calidad en proveer soluciones con responsabilidad en materiales de ferretería, productos de línea industrial que provee confianza y originalidad, cuya atención al cliente brinda un portafolio de servicios complementarios creando valor económico a través de la búsqueda y su expansión en el mercado ecuatoriano.

**Misión:**

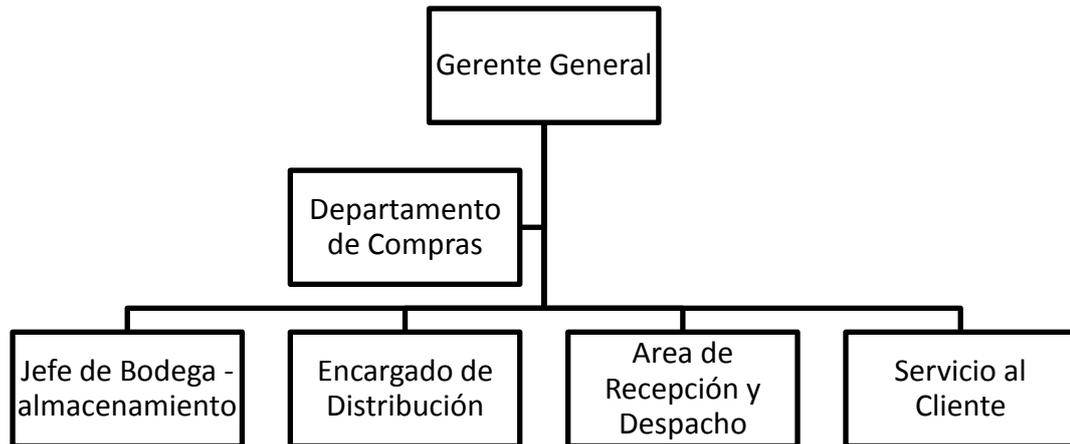
Establecer y proveer soluciones con materiales y herramientas de ferretería para la construcción civil, manejando un surtido completo y permanente que permita llegar a los clientes con confianza y originalidad un servicio oportuno y emprendiendo creatividad y nuevas innovaciones, ofrecer la mejor atención posible a sus clientes a través de un personal altamente capacitado, eficiente y responsable.

**Logo de la Empresa:**



## Organigrama de la Empresa:

A continuación, Esquema estructural que refleja la estrategia de la empresa.



### Descripción de actividades de los colaboradores:

**Departamento de compras:** encargado de realizar las adquisiciones necesarias, con la cantidad y calidad requerida y a un precio adecuado. Tener los materiales disponibles en el tiempo necesario y capaz de desarrollar una buena negociación con proveedores.

**Jefe de bodega y almacenamiento:** desarrolla el control de inventarios diario, recibir y verificar los productos que ingresan, revisar que el almacenaje de los productos si sea el adecuado.

**Encargado de distribución:** procesamiento de pedidos, embalaje, transporte del producto y gestión de cobros.

**Área de recepción y despacho:** procede al conteo de productos, registrar diferencias de unidades en el sistema, emisión de guía de despachos etc.

**Servicio al cliente:** atención al cliente, recepción de quejas y/o reclamos, seguimiento y control de pedidos.

### **Diseño de la Investigación:**

Los diseños a utilizarse en esta investigación son:

**Bibliográfico:** este método se utilizó desde el inicio del proyecto, porque proporcionará conocimientos y ampliar la información y técnicas empleadas en investigaciones ya existentes de un modo determinado.

**De Campo:** es muy trascendente en el proyecto porque es la base principal donde obtendré datos directamente de la realidad, para posteriormente analizar alguna situación, problema o necesidad e interpretar los resultados.

### **Tipos de la Investigación:**

Son pasos muy importantes que dan rumbo y secuencia a las actividades con el fin de buscar una respuesta y encontrar la solución.

**Cuadro 2 Tipos**

Explicativo	Hernández, (2006) Su interés se centra en explicar por qué ocurre un fenómeno y no en qué condiciones se manifiesta.( pág.108)
Exploratoria	Hernández, (2006) El objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado del cual se tienen muchas dudas o se ha abordado antes.(p 100-101)
Correlacional	Hernández, (2006) Tiene como propósito conocer la relación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. (pág. 105)
descriptivo	Hernández, (2006) Busca especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, procesos, objetos, o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (pág. 102)

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista, 2006.

Este proyecto de investigación está basado en:

**Investigación exploratoria:** Es exploratoria porque me permite un primer acercamiento al problema que pretendo estudiar y conocer, lo que permitirá familiarizarme con algo que hasta el momento desconocía.

**Investigación descriptiva:** Esta investigación es descriptiva porque se busca identificar las particularidades generales de la distribuidora RM, que ayudará a describir la realidad de situaciones, o personas que se estén abordando y que se analizaran.

### **Población y Muestra**

**Población:** según Hernández,S (2006) “**una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones**” (pág.65) es la totalidad del fenómeno a estudiar, donde las entidades de la población poseen una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación.

Según Tamayo y Tamayo, (1997),” **La población se define como la totalidad del fenómeno a estudiar donde las unidades de población posee una característica común la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación**” (P.114).

En esta investigación se utilizará un grupo de personas con características comunes las cuales serán el objeto de estudio.

**Población Finita:** cuando el número de elementos que la forman es numerable, se puede contar.

**Poblacion Infinita:** no se conoce el tamaño y no se tiene la posibilidad de contar o construir un marco muestral.

**Cuadro # 3****Universo**

Características	Cantidad
Gerente General	1
Departamento de Compras	1
Jefe de bodega almacenamiento	1
Encargado de distribución	2
<b>Total</b>	<b>5</b>

**Elaborado por:** Herrera Sánchez María Johanna.

La población es finita en el campo que se va a trabajar, porque está compuesta por cinco elementos.

**Muestra:** La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Es un conjunto de elementos que pertenecen a ese definido en sus características al que se le llama población.

**Muestra estratificada:** En ocasiones el interés del investigador es comparar sus resultados entre segmentos, grupos o nichos de la población.

**Muestra no estratificada:** también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección informal.

**Muestra por racimos:** implica diferenciar entre la unidad de análisis y la unidad muestral.

**Muestra tómbola:** Muy simple pero muy rápido, consiste en numerar todos los elementos muestrales de la población, del uno al número N.

**cuadro 4****Muestra de la Empresa**

Características	Cantidad
Gerente General	1
Departamento de Compras	1
Jefe de bodega almacenamiento	1
Encargado de distribución	2
<b>Total</b>	<b>5</b>

**Elaborado por:** Herrera Sánchez María Johanna.

## Técnicas e Instrumentos de la Investigación

### Métodos:

**Método Heurístico:** conocido como “IDEAL”, incluye cinco pasos: Identificar el problema; definir y presentar el problema; explorar las estrategias viables; avanzar en las estrategias; y lograr la solución y volver para evaluar los efectos de las actividades.

**Método Analítico y Sintético:** combinación de dos formas de investigación que son utilizadas para desarrollar trabajos formales que requieren de un esquema para lograr los objetivos planteados.

**Método Inductivo - Deductivo:** son dos enfoques opuestos a la investigación. Cada método tiene sus ventajas y su uso dependerá de la situación a investigar, el campo que se quiera estudiar o el enfoque que se quiera tener.

### Técnicas:

**Cuadro 5** Procedimientos

<b>Técnicas</b>	<b>Instrumentos</b>
Entrevista	Formulario
Encuesta	cuestionario

**Elaborado por:** Herrera Sánchez María Johanna.

Para obtener la respectiva información, se utilizarán las técnicas de encuesta y entrevista.

### Encuesta:

Según Trespacios, Vasquez y Bello (2006). “**encuestas son instrumentos de investigación descriptiva que precisan identificar a priori las preguntas a realizar, las personas seleccionadas en una**

**muestra representativa de la población, especificar las respuestas y determinar el método empleado para recoger la información que se vaya obteniendo”.** (pág. 5).

Ofrece una alternativa como se debe desarrollar un plan de proyecto, para conocer a fondo la realidad lo que se debe mejorar lo que se debe implantar o lo que se debe desechar, es muy importante las encuestas.

### **Entrevista:**

(Galindo, 1998) **“Las entrevistas y el entrevistar son elementos esenciales en la vida contemporánea, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana”.** (pág. 277).

Se puede decir que es una forma de comunicación interpersonal que tiene por objeto proporcionar o recibir información.

### **Procedimientos de la Investigación**

De acuerdo a lo estudiado para realizar este proyecto se empleará la técnica de la encuesta y la técnica de la entrevista.

### **Encuesta a los clientes de la empresa:**

La encuesta elaborada a base de 10 preguntas, que se realizará a los clientes de la empresa de forma cerrada y elección múltiple, en donde obtendré información de lo que se está llevando a cabo, el contenido corresponde a la satisfacción servicio del cliente y distribución de los productos en el momento oportuno de la empresa distribuidora. La encuesta se realizará a 10 de los clientes de la empresa distribuidora RM,

que se llevará a cabo en los exteriores de la empresa en forma personal y directa. En este tipo, los encuestados deberán elegir alguna de las posibles opciones, su principal ventaja es que son más fáciles de cuantificar y sólo puede ser elegida una opción de entre las opciones planteadas en la pregunta. Son preguntas no excluyentes entre sí, es decir de opción múltiple. Las respuestas que se buscan son específicas, por lo tanto, de carácter objetivo. No hay cabida para que el interrogado dé opiniones o ahonde en detalles acerca de lo que se le pregunta.

### **Entrevista al Gerente:**

Esta entrevista se formulará con cinco preguntas abiertas, con opciones de ser respondida por parte del gerente de manera abierta y tiene la libre opción de manifestar su opinión libremente.

que se realizará en su oficina a la hora de salida para no interrumpir con sus horas laborales, porque así él lo ordenó llevarse a cabo de esa forma. Ya que estas permiten al encuestado tener la libertad de responder libremente cada pregunta, esto permite obtener respuestas más profundas y también obtener respuestas en las que no había pensado, sin embargo, el problema de este tipo de encuestas es que es muy difícil de cuantificar, por el contrario, se deben interpretar las respuestas.

Ventajas que obtendré al realizar esta entrevista de forma abierta:

Arrojaran respuestas eficaces, profundas, llenas de detalles valiosos para la investigación, muchas veces inesperados. Un detalle extra realmente ayuda a clarificar las respuestas, proporcionando información más precisa.

Ayuda a los encuestados a trabajar con su memoria, hacer un trabajo más introspectivo y los invita a ser creativos a la hora de contestar.

Son excelentes como preámbulo para generar una conversación, por ejemplo, durante una entrevista. También para ser utilizadas en una encuesta después de una pregunta cerrada para ampliar los datos que queremos recabar.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

cuestionario

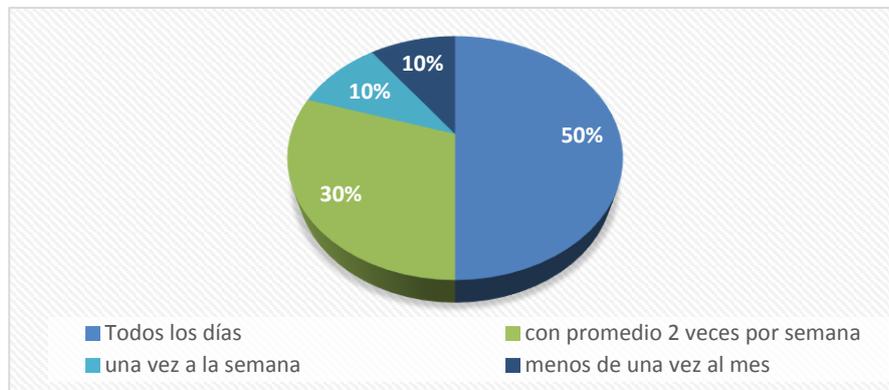
#### 1. ¿Con qué frecuencia usa nuestro producto o servicio?

Cuadro # 6 Producto o servicio

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Todos los días	5	50%
Con promedio, 2 veces por semana	3	30%
Una vez a la semana	1	10%
Menos de una vez al mes	1	10%
Total	10	100 %

Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna.

Gráfico #1 Producto o servicio



Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

#### Análisis e Interpretación

El 50% de los encuestados mencionan que con frecuencia usan nuestros productos y les es obligatorio comprar todos los días porque son maestros contratistas. el resto de los encuestados lo hacen muy poco cuando surgen necesidades en los hogares.

2. ¿Por cuánto tiempo ha estado usando nuestro servicio o producto?

Cuadro # 7

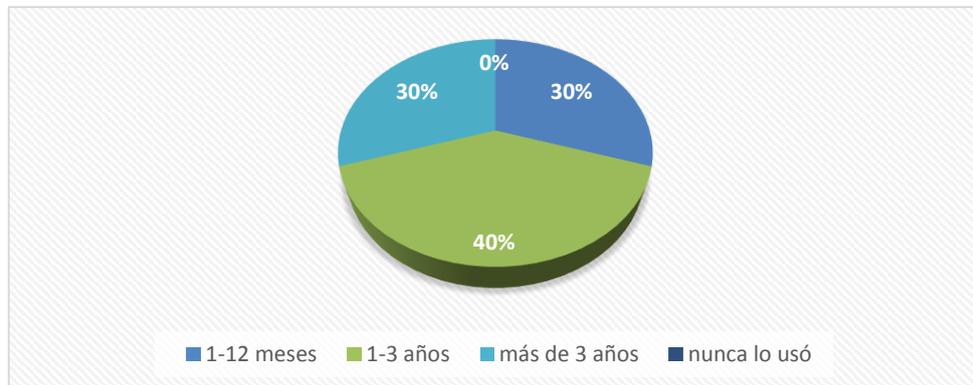
Servicio

Opciones	Cantidad	Porcentaje
1 – 12 meses	3	30%
1 – 3 años	4	40%
Más de 3 años	3	30%
Nunca lo usó	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

gráfico# 2

Servicio



Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

### Análisis e Interpretación

Para los clientes el 40% enfatizaron que durante 1 a 3 años. Han adquirido de nuestros servicios y productos, mayor demanda por parte de las constructoras en cuanto a los otros encuestados lo han hecho por poco tiempo ya que sus trabajos dependen por contratos momentáneos.

### 3. ¿Qué lo impresionó más acerca de nuestro producto o servicio?

Cuadro # 8

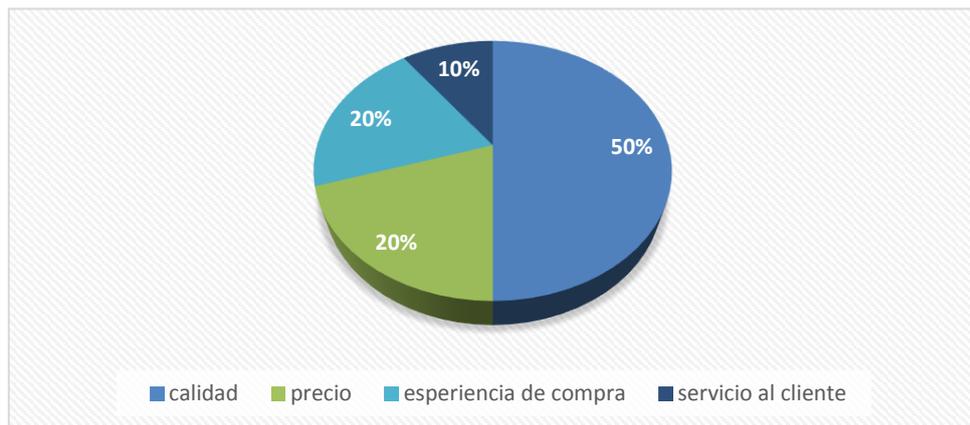
Producto

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Calidad	5	50%
Precio	2	20%
Experiencia de compra	2	20%
Servicio al cliente	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

Gráfico # 3

Producto



Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

### Análisis e Interpretación

Dado el análisis de esta encuesta el 50% dice sentirse sorprendido por la calidad de nuestros productos mientras el 10% por los servicios que reciben. El 20% solo les agrada el precio mientras el resto solo lo hace por experiencias y conocimientos de los productos.

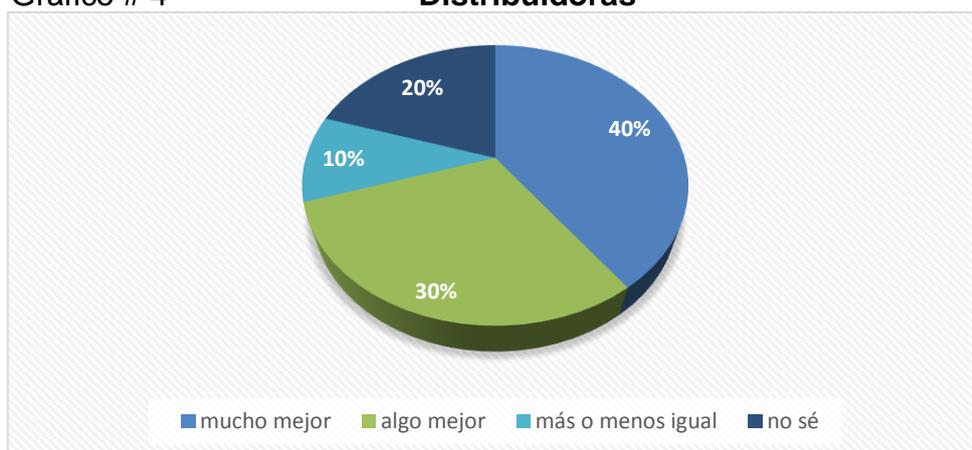
4. ¿Comparado con productos similares ofrecidos por otras distribuidoras o importadoras, como consideran nuestro producto o servicio?

Cuadro # 9 **Distribuidoras**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Mucho mejor	4	40%
Algo mejor	3	30%
Más o menos igual	1	10%
No sé	20	20%
<b>Total</b>	10	100%

Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

Gráfico # 4 **Distribuidoras**



Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

### Análisis e interpretación

De las 10 personas que fueron encuestadas hubo un 40% que consideran que nuestros productos y servicios ofrecidos en comparación con la competencia es mucho mejor y un 10% hizo comparación de que sería más o menos igual mientras que un 20% no sabe porque no han tenido la experiencia en compra.

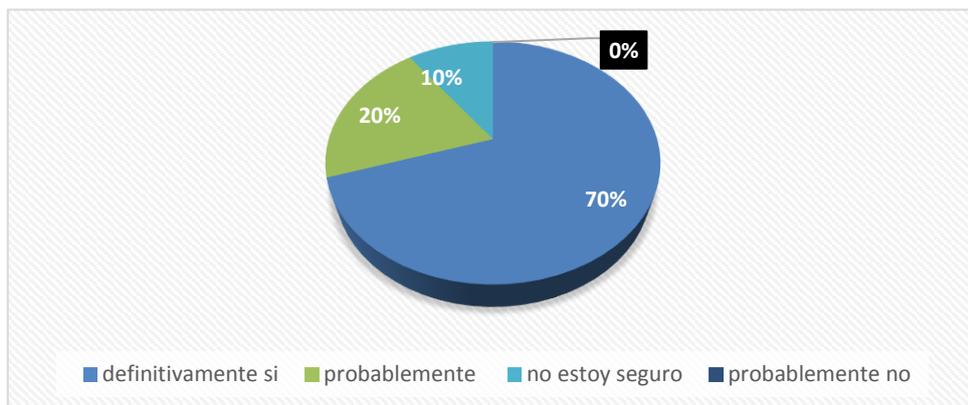
5. ¿Recomendaría nuestros productos o servicios a otros clientes?

Cuadro # 10 Servicio a otros clientes

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Definitivamente sí	7	70%
Probablemente	2	20%
No estoy seguro	1	10%
Probablemente no	0	0%
<b>Total</b>	10	100%

Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

Gráfico # 5 Servicio a otros clientes



Elaborado Por: Herrera Sánchez María Johanna

### Análisis e Interpretación

La mayoría que representa un 70% dijo que recomendaría definitivamente nuestros productos porque son de muy buena calidad a bajo costo mientras un 10% no está seguro tal vez porque no les agrada nuestros productos o porque tal vez no conocen de ellos, mientras que el 20% probablemente incentivaría a otros clientes a que visiten nuestro almacén.

**6. ¿Vendría usted a la distribuidora de nuevo a comprar nuestros productos?**

Cuadro # 11 **Regresaría**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Seguro que sí	6	60%
Probablemente sí	2	20%
No estoy seguro	1	10%
Probablemente no	1	10%
<b>Total</b>	10	100%

Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

Gráfico # 6 **Regresaría**



Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

**Análisis e Interpretación**

Obtuvimos un 60% por parte de los encuestados que representa el mayor porcentaje que siempre regresan a adquirir de nuestros productos por que les es de muy buena calidad a buen precio y un 20% que probablemente regresarían mientras que el resto de porcentaje representan a los clientes que no están seguros, enfatizaron que talvez encuentren algo mucho mejor.

## 7. ¿Cómo calificaría la calidad de nuestros productos?

Cuadro # 12

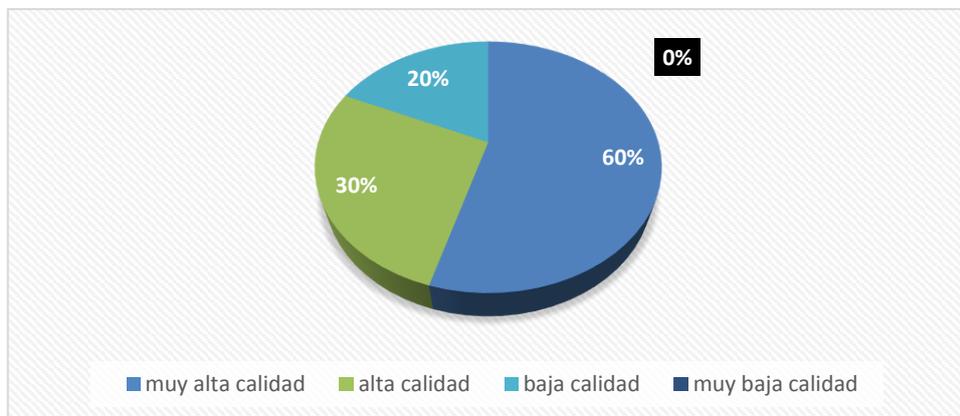
### Calidad

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy alta calidad	6	60%
Alta calidad	3	30%
Baja calidad	2	20%
Muy baja calidad	0	0%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

Gráfico # 7

### Calidad



Elaborado Por: Herrera Sánchez María Johanna

### Análisis e Interpretación

Para los clientes encuestados el 90% califica nuestros productos que es de muy alta calidad mientras un 20% dijo no estar satisfecho porque que no les agradó la calidad y procedencia y por no encontrar el modelo que ellos buscan o esperaban encontrar.

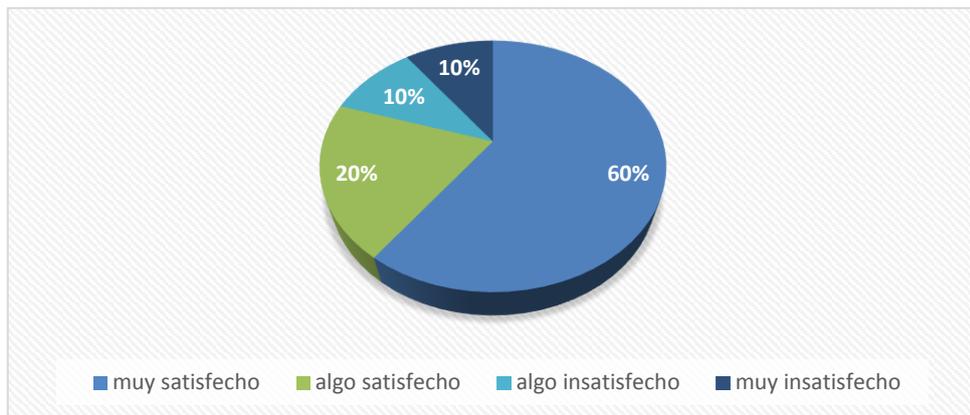
**8. En general ¿Está satisfecho o insatisfecho de nuestra empresa distribuidora?**

**Cuadro # 13 Satisfacción**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Muy satisfecho	6	60%
Algo satisfecho	2	20%
Algo insatisfecho	1	10%
Muy insatisfecho	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

**Gráfico # 8 Satisfacción**



Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

**Análisis e Interpretación**

El 60% se encuentra muy satisfecho por los servicios de atención en ventas que reciben en la distribuidora un 20% dijo sentirse algo satisfecho por falta de deficiencia y tiempo que pierden en esperar la entrega de la compra realizada y el resto que es un 20 % representa a clientes insatisfechos es decir que el personal requiere de más habilidad.

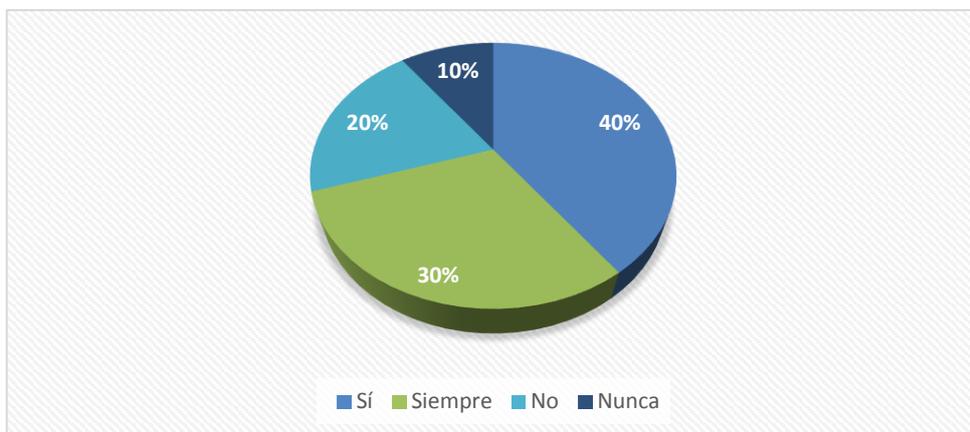
**9. ¿La distribuidora RM cumple con el tiempo de entrega a la hora de enviar la mercadería?**

**Cuadro # 14** **Tiempo de entrega**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Sí	4	40%
Siempre	3	30%
No	2	20%
Nunca	1	10%
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

**Gráfico # 9** **Tiempo de entrega**



Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

**Análisis e Interpretación**

La mayoría de encuestados que representa un 40% dice que la empresa cumple con la entrega inmediata de la mercadería mientras un 30% dijo estar insatisfecho por demora en la entrega y esto es molesto porque tardarán en llegar al destino de trabajo ejemplo, a una obra de constructoras les es una problemática porque sus colaboradores perderían mucho tiempo sin hacer nada.

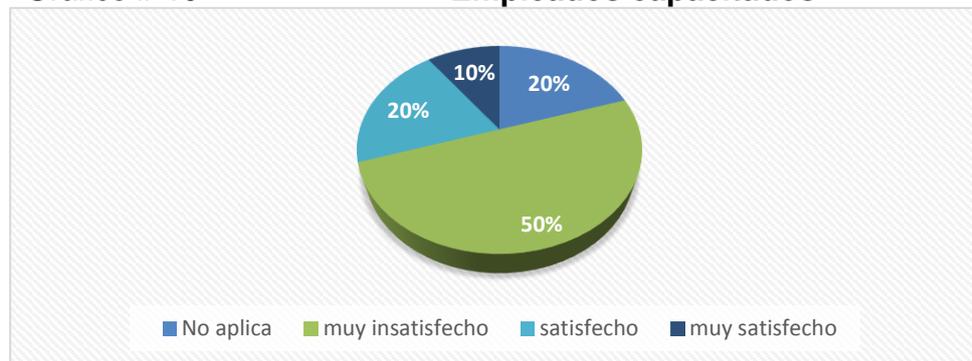
## 10. ¿Los empleados tienen conocimientos y responden a las preguntas de los clientes?

Cuadro # 15 **Empleados capacitados**

Opciones	Cantidad	Porcentaje
No aplica	2	20%
Muy insatisfecho	5	50%
Satisfecho	2	20%
Muy satisfecho	1	10%
<b>Total</b>	10	100%

Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

Gráfico # 10 **Empleados capacitados**



Elaborado por: Herrera Sánchez María Johanna

### Análisis e Interpretación

El 50% dice sentirse muy insatisfecho por el servicio que reciben de parte de los colaboradores de la distribuidora RM, mientras un 10% dijo estar satisfecho porque necesitan de capacitación y tener conocimientos de todos los productos y servicios que ellos venden.

## **Entrevista realizada al Gerente General de la empresa distribuidora RM.**

Objetivo: Analizar la perspectiva de un Gerente, focalizada en la tendencia actual de la administración moderna.

### **Formulario**

Esta entrevista fue formulada con cinco preguntas, con opciones de ser respondida por parte del Gerente de manera abierta y tiene la libre opción de manifestar su opinión libremente.

De acuerdo a las respuestas obtenidas de la entrevista al Gerente como resultado se interpretó:

El gerente expresó que el compromiso y la responsabilidad es fundamental para el trabajo y crear un buen clima laboral, un contexto de trabajo positivo ayuda a una mejor producción del equipo y que estén más comprometidos con el puesto de trabajo y el negocio. Enfatizó que le gusta trabajar en equipo porque se complementan las habilidades apoyándose mutuamente, el trabajo en equipo es clave para la productividad en una empresa y hay que buscar personas distintas que estén dispuestas a cooperar y trabajar por un mismo propósito. Y que para ser un gerente de éxito hay que tener conocimiento profundo de la Ciencia de la Administración que es muy fundamental y no se trata de tener varios títulos porque con una persona capaz de ejecutar acciones puede lograr resultados predecibles.

### **Análisis e interpretación:**

Se interpretó que es un gerente con grandes experiencias y conocimientos en el mercado comercial. Su labor es importante, ya que de la calidad de su servicio depende que exista unidad entre los colaboradores y la estructura que existe se pueda alcanzar el máximo nivel de productividad. Dirigir una empresa no solo se requiere de conocimientos sino también de competencias o habilidades. Hay que tener capacidad en los negocios, tomar decisiones, trabajar en equipo para ejercer las funciones y roles propios de la empresa.

## Plan de Mejoras

(Mineducec, 2012) **“El plan de mejora es un buen instrumento para identificar y organizar las posibles respuestas de cambio a las debilidades encontradas en la autoevaluación. Al identificar y priorizar los problemas hay que escoger aquellos que podemos solucionar y no confundirlos con aquellos que son producto de factores externos en los cuales no se puede incidir”.** (pág. 2)

De lo anterior se deduce que un plan de mejoras admite concretar mecanismos que permiten a una empresa conseguir las metas que se ha propuesto y accederán a ocupar un lugar importante y reconocido dentro de su entorno.

### **Elementos de un plan de mejora:**

Un plan de mejora se debe establecer objetivos, trazar las acciones, nombrar responsables de cada actividad, disponer de recursos para llevar a efecto las medidas, prever procedimientos o métodos de trabajo, establecer un cronograma de actividades, tener previsto un sistema de evaluación para comprobar si se ha cumplido cada objetivo, es decir, debe establecer unos indicadores.

#### **- Objetivos:**

Es lo que se desea alcanzar en un tiempo definitivo. Suelen expresarse mediante un verbo en infinitivo. ISO 9001:2000 demanda, además, que los objetivos establecidos sean medibles.

- **Responsable:**

Persona a la que se le encomienda la tarea de diseñar las acciones, hacer el seguimiento de las actividades, fijar el cumplimiento de los plazos, etc.

- **Recursos:**

Son los medios con los que se dispone para llevar a cabo una acción. Entre los recursos se pueden contar con: manuales de normas, documentación, esquemas de trabajo, bibliografía, etc.

- **Procedimiento de trabajo:**

Es la manera como se direcciona el trabajo que se va a realizar. Hay que detallar los momentos en que se van a realizar esta acción, y la metodología de trabajo se va a desarrollar (individual, puesta en común, uso del correo electrónico...), etc.

- **Indicadores:**

Son los logros que se planifican para evidenciar de forma objetiva si se está acercando al objetivo pronosticado y las acciones se están desarrollando según lo previsto. Hay indicadores de diferentes clases unos se refieren a objetos muy concretos, otros se expresan mediante un índice la forma de expresar los indicadores; con estos se puede constatar y comprobar su cumplimiento.

**Objetivo del Plan de Mejora**

Elaborar un manual de procedimientos de la mejora del stock de mercadería.

## Plan de Mejora

Que?	Porque?	Cómo?	Cuando ?	Quién?	Donde?
Despachos incorrectos	Errores en la toma de inventarios	Elaboración de un manual para mejorar el conteo del stock de mercadería y documento de inventario físico	Dos días por semana	encargado de inventarios de la empresa	En la oficina de la distribuidora RM
Colaboradores no capacitados en el conocimiento de los productos	Malestar y queja por parte de los clientes por deficiente despacho	Capacitación al personal en los productos y servicios que vende	bimestral (cada dos meses)	Departamento de recursos humanos	Auditorio de la empresa RM
Entrega tardía en los despachos	Pérdidas de clientes, no regresan	Aumento de productividad y crecimiento económico de todo el recurso humano	siempre Motivar a los empleados hacia los logros de la empresa	Personal de producción	Distribuidora RM
Atención al cliente área de ventas	Quejas y/o reclamos	Seguimiento y control de pedidos	Lunes a viernes	Encargado de entregar la mercadería	Recepción y despacho de la Distribuidora RM

## Cronograma de actividades

Fue la actividad que se realizó en el transcurso del proyecto de la distribuidora para conseguir u obtener los resultados.

N°	Actividades	2018															
		Marzo				Abril				Mayo							
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Aplicación de encuestas y entrevistas		x	x													
2	Recopilación de resultados y análisis					x	x										
3	Elaboración del manual para control de stock.									x	X						
4	Capacitación al personal											x	x				
5	Seguimiento y control												x	x			

### Evaluación:

El proyecto que se ejecutó contribuyó de manera muy importante para identificar y destacar los puntos que hay que cubrir y considerar para llevar a cabo la implementación exitosa de un manual de procedimientos para la mejora de stock. Se deja muchas cosas importantes que reflexionar y ha reforzado los puntos angulares (es decir que parten de un mismo punto). Para conseguir los resultados proyectados se ha analizado detenidamente a través de técnicas de investigación encuestas y entrevistas fueron de gran ayuda para el proceso.

## Presupuesto Económico

Ingresos	Egresos	Gastos
Gestión	Instructor (\$80 c/ capacitación por 6)	\$ 480
Distribuidora "RM"	Pasajes y Viáticos	45
	Encuesta y entrevista	15
	Refrigerios	40
	Suministros	30
	Imprevistos	45
<b>\$700.00</b>		
Total <b>\$ 700.00</b>		<b>\$ 655</b>

**Fuente:** Herrera Sánchez María Johanna.

verificando el control de gastos se encuentra un sobrante de \$ 45.00 el cual será utilizado para la impresión de las hojas de talleres, compra de lápiz y borrador para la capacitación que recibirán los colaboradores.

Muñoz, H. (2004). "El presupuesto en un protocolo de investigación". En toda investigación es muy sustancial considerar los recursos financieros que se requieren el proyecto para llegar a buen término. Es importante es tener en cuenta los recursos que se tiene, para determinar lo que se debe adquirir, y hacer un presupuesto que permita, desde el inicio, gestionar las fuentes de financiamiento que asegurarán que el proyecto podrá desarrollarse adecuadamente. Muchos de los gastos pueden gestionarse a través de diversas vías, pero deben incluirse en el presupuesto, ya que esto permitirá una mejor organización de los tiempos y los procedimientos a seguir.

## **Conclusiones**

Según la investigación realizada a la empresa distribuidora RM se consideran las siguientes conclusiones.

- Existen despachos incorrectos, esta se da por la ineficaz toma de inventarios en número de stock de los productos.
- Malestar y queja por parte de los clientes, por deficiencias en el despacho.
- Colaboradores con falta de conocimientos sobre los productos, pérdidas de clientes e ingresos por ventas.
- No existen procesos de control en la entrega de mercadería.

## **Recomendaciones**

- Capacitar a los empleados en el uso del manual para optimizar el proceso de control en la entrega de mercadería, en la entrada y la salida del producto.
- Motivar a los trabajadores para que aumenten su productividad y el crecimiento económico de todo el personal.
- Instruir a los colaboradores de la empresa en técnicas de ventas para que tengan conocimientos de cómo atender a la clientela.
- Se debe realizar visitas sorpresas al área de bodegas para verificar que todo el personal tenga conocimiento del área comercial, almacenaje y distribución.
- Implementar estrategias de marketing y mejorar los procesos en la entrega de mercadería.

## Bibliografía

- Agudelo, A (2009). "Diseño del manual de procesos, procedimientos y funciones para la distribución e importadora CI COFFE". Informe: Repositorio de la UTP. Ciudad de Pereira, Risaralda.
- Aguilar, A. S. (2004). Capacitación y desarrollo de personal. En A. S. Aguilar, Capacitación y desarrollo de personal (pág. 17). México: Editorial Limusa.
- Chris Denove y James D. Power, (2006) "La satisfacción del cliente". Editorial portfolio, estado de California, EE. UU.
- Gómez, J. (2011) "Gestión logística y comercial". Editorial Mc Graw Hill, ciudad real en Nueva York.
- Hernández,S (2006) "una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones" (pág.65). veracruz, México.
- Hernandez, S (2006) investigación explicativa. "Su interés se centra en explicar porque ocurre un fenómeno y en que condiciones se manifiesta, o por que se relacionan dos o mas variables" (pág. 108). Veracruz, México
- HRFocus, A. D. (abril 1993). Las 5 etapas del proceso de capacitación desarrollo. En A. d. HRFocus, Las 5 etapas del proceso de capacitación desarrollo. Nueva York: American Management Association Internacional.
- Huamán , P. (2015). Impacto de la motivación en la productividad empresarial: caso gerencia de infraestructura en telefónica del Perú. Perú
- Janny, (2005) " La distribución de un producto o servicio". Editorial Coeptum, Municipio de Maracaibo.
- Leon, (1985) "Una organización es en el sentido más amplio, un acuerdo entre personas para cooperar en el desarrollo de alguna autoridad". (1985) Informe: Madeleyn Acosta.

MINEDUCEC. (Agosto del 2012). Ministerio de Educación del Ecuador. Obtenido de [https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Plan\\_-Mejora1.pdf](https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Plan_-Mejora1.pdf)

MINEDUCEC, (agosto del 2012). Ministerio de Educación del Ecuador. Obtenido de [https://educación.gob.ec/wp-content/uploads/2012/08/plan\\_-mejora1.pdf](https://educación.gob.ec/wp-content/uploads/2012/08/plan_-mejora1.pdf).

Muñoz, H. (2004). El presupuesto en un protocolo de investigación. Revista Salud Pública y Nutrición.

Sampieri, H., Baptista, P., & Collado, F. (2010). Metodología de la Investigación (quinta ed.). Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Serech, E. ( 2005) “ Elaboración e implementación del manual de procedimiento para el control de inventario”. <http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/08/08-1427IN.pdf>, universidad de San Carlos de Guatemala.

Velaz Rivas, J. (1996). Motivos y Motivación en la empresa (1 ed.). Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Yunga, F (2012) “propuesta para el mejoramiento de gestión de los procesos de la ferretería el cisne”. Informe: Repositorio digital UPS. Cuenca.

### **Notas:**

Del sitio web: [rae.es](http://rae.es) (de la Real Academia Española), Sección: Diccionario de la Lengua Española, Obtenido en Fecha: 18 de enero del 2007.

Del libro: Marketing, Sexta Edición, de Lamb Charles, Hair Joseph y McDaniel Carl, International Thomson Editores S.A., 2002, Pág. 380.

Del libro: Fundamentos de Marketing, Sexta Edición, de Kotler Philip y Armstrong Gary, Prentice Hall, 2003, Pág. 398.

Del sitio web: MarketingPower.com, Sección: Dictionary of Marketing Terms, Obtenido en Fecha: 17 de enero del 2007.

Del libro: Diccionario de Marketing, de Cultural, S.A., Edición 1999, Pág. 42.

Véase el libro: Mercadotecnia, Tercera Edición. de Fischer Laura y Espejo Jorge, McGraw Hill, 2004, Pág. 264.

El libro: Mercadotecnia, Tercera Edición. de Fischer Laura y Espejo Jorge, McGraw Hill, 2004, Pág. 264.

El libro: Marketing Estratégico, de Borrero Julio César, Editorial San Marcos, Pág. 227.

<http://www.tytenlinea.com/ferreterias-toda-una-historia/>

<http://ri.ufg.edu.sv/jspui/bitstream/11592/7381/2/683-l651d-Capitulo%20I.pdf>

<https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/2017/05/LEY-ORGANICA-DEL-SERVICIO-PUBLICO.pdf>

[https://es.wikipedia.org/wiki/Variable\\_estad%C3%ADstica](https://es.wikipedia.org/wiki/Variable_estad%C3%ADstica)

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

<http://www.pucesi.edu.ec/web/wp-content/uploads/2016/04/Hern%C3%A1ndez-Sampieri-R.-Fern%C3%A1ndez-Collado-C.-y-Baptista-Lucio-P.-2003.-Metodolog%C3%ADa-de-la-investigaci%C3%B3n.-M%C3%A9xico-McGraw-Hill-PDF.-Descarga-en-l%C3%A9nea.pdf>

[http://ponce.inter.edu/cai/reserva/lvera/CONCEPTOS\\_BASICOS.pdf](http://ponce.inter.edu/cai/reserva/lvera/CONCEPTOS_BASICOS.pdf)

<http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/748/1/455%20-%20TTG%20-%20DISE%20-%20UN%20PLAN%20-%20MEJORAMIENTO%20PARA%20-%20GESTI%20-%20CONTROL%20-%20INVENTARIOS%20DISTRIBUIDORA%20FERRETERA%20INTERNACIONAL.pdf>

<http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/748/1/455%20-%20TTG%20-%20DISE%20-%20UN%20PLAN%20-%20MEJORAMIENTO%20PARA%20-%20GESTI%20-%20CONTROL%20-%20INVENTARIOS%20DISTRIBUIDORA%20FERRETERA%20INTERNACIONAL.pdf>

<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/2694>

**ALEXOS**

## Carta de Autorización de la Empresa

DISTRIBUIDORA RM – VENTA DE ARTÍCULOS  
FERRETEROS EN GENERAL

### CARTA DE AUTORIZACIÓN

señores:

I.T.B (Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología).

De mi mayor consideración:

Yo, Margarita Zambrano Mendoza, representante legal de la empresa, con RUC 1306739200001 por medio de la presente hago constar que la Srta. María Johanna Herrera Sánchez con C.I # 0940221278 estudiante de la carrera de tecnología en Administración de Empresa, se le autoriza el uso de la información y campo de nuestra empresa para que inicie el proyecto **“Implementación procesos de control en la entrega de mercadería de la empresa RM ubicada en la ciudad de Guayaquil”**. Sin más que decir, me despido y dejo constancia del compromiso de mi persona con la estudiante.

Atentamente,

**DISTRIBUIDORA RM**

---

Margarita Zambrano Mendoza.

Gerente General

Telf. 04-2411203

Correo electrónico:

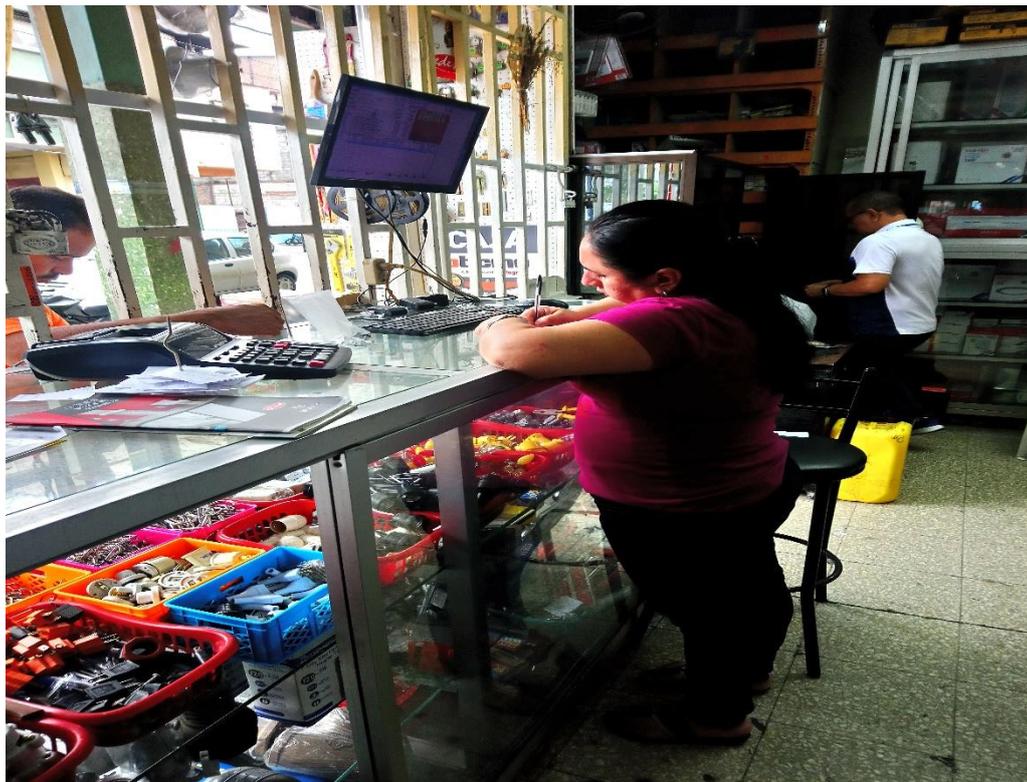
[distribuidora-rm@outlook.com](mailto:distribuidora-rm@outlook.com)

Rumichaca 2306 / Huancavilca y Capitán Nájera.

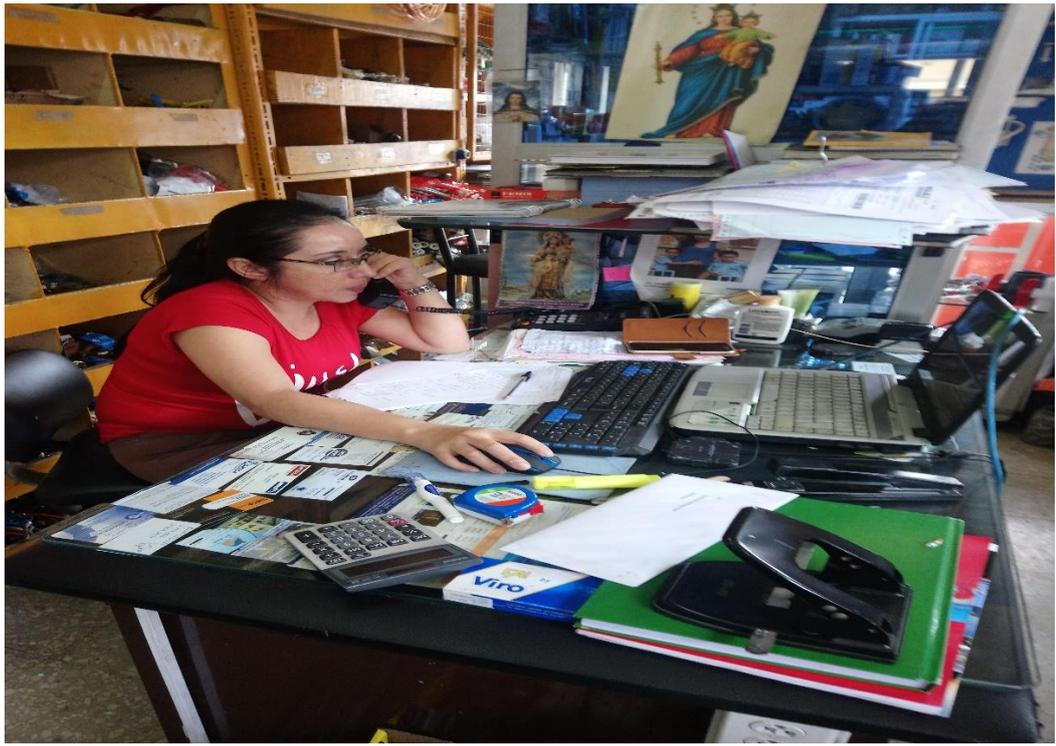
## Fotos



La Empresa Distribuidora RM, se encuentra ubicada en el centro de la ciudad de la ciudad de Guayaquil. Rumichaca 2306/ Huancavilca y Capitán Nájera.



Área de recepción y despacho, donde se puede observar al L. izquierdo el cliente haciendo su respectiva orden de pedido, quien le presta el servicio la Ing. Anita Zambrano y al fondo L. derecho el Ing. René Zambrano en el área de caja.



Área de Departamento de Compras, a cargo de la Ing. Carmen Zambrano donde realiza las compras directas con proveedores y control de productos.



Encargado de bodega y almacenamiento, donde realiza un control de inventarios a diario, Recibir y verificar los productos.

# “Manual de Procedimientos Para el Control y Manejo de Inventario”



**ÁREAS:** COMPRAS / VENTAS Y BODEGA

**EMPRESA:** DISTRIBUIDORA RM



## **MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA EL CONTROL Y MANEJO DE INVENTARIOS**

**DIRIGIDO A MIEMBROS DEL:**

**Departamento de Ventas  
Área de compras y bodega**

**Elaborado Por:**

**Herrera Sánchez  
María Johanna**

**Revisado Por:**

**PhD. Simón Alberto  
Illescas Prieto**

**Fecha de Elaboración:**

Mayo 2018

**Vigencia**

Mayo 2018 - Mayo 2020



**MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS**

**Áreas:** Mostrador, Ventas Públicas, Compras

**Procesos:** Compras, Almacenaje y venta de Inventarios

**PÁG.  
2**

**ÍNDICE GENERAL**

Contenidos:	Páginas:
I INTRODUCCIÓN.....	Pág.3
II OBJETIVOS Y ALCANCE DEL MANUAL.....	Pág.4
III MARCO LEGAL.....	Pág.5
IV ORGANIGRAMA.....	Pág.6
V FUNCIONES DE LOS PUESTOS DE TRABAJO.....	Pág.7
VI POLÍTICAS.....	Pág.12
VII PROCEDIMIENTOS.....	Pág.18
VIII IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE PROCED.....	Pág.22
IX PROCESOS DE IMPLEMENTACIÓN Y CARACTERIST.....	Pág.23
X PROCEDIMIENTOS.....	Pág.24
XI DISTRIBUCIÓN.....	Pág.26
XII DOC. DE INVENTARIO FÍSICO.....	Pág.29
XIII DOC. PREPARACIÓN DEL PICKING Y SALIDA PROD.....	Pág.30
XIV SEGUIMIENTO DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL.....	Pág.32
XV MÉTODOS Y POLÍTICAS DE EVALUACIÓN.....	Pág.33
XVI FORMATO DE EVALUACIÓN.....	Pág. 34



En la compañía distribuidora RM, de artículos ferreteros es trascendental la presencia de un manual de control de inventarios, que ayude a la correcta regularización y el manejo apropiado de la mercancía existente en la bodega principal como en la secundaria, permitiendo así un ordenamiento adecuado de cada artículo disponible para ser vendido.

El presente manual de políticas y procedimientos proporcionará la información primordial acerca de la metodología con que se llevará el control exacto del inventario físico. Se propondrán también establecer políticas que mejoren los pedido, compras y ventas que normalicen las actividades comerciales de la empresa.

Se procederá a clasificar las perchas según las marcas de los productos o artículos y mediante una plataforma de reordenamiento de inventario se registrará su exacta ubicación permitiendo conciliar entre la ubicación física y dentro del sistema administrativo maverick; se eliminarán duplicidad de códigos. Para la valoración del inventario el sistema administrativo maverick emplea el método promedio ponderado, el cual va a permitir conocer el valor económico real invertido en el stock. Las políticas y procedimientos reflejados en el manual están orientados al desarrollo y optimización de los procesos de las áreas de mostrador, ventas públicas y compras.

El presente manual deberá ser ajustado a nuevos cambios en el futuro, garantizado una mejor calidad de los servicios, productos, y atención al cliente de la distribuidora RM.



### **OBJETIVO GENERAL**

El manual pretende ser una herramienta administrativa que en su conjunto ayudará de forma específica a realizar las actividades del proceso de distribución de productos masivos y optimizar la gestión del manejo del inventario este manual servirá de guía para desarrollar las actividades del personal de las áreas de mostrador, ventas públicas, y compras.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICO**

1. Normalizar las actividades del proceso de distribución de productos masivos por medio de procedimientos.
2. Facilitar el establecimiento de un mejor método de trabajo, proporcionando datos completos del método actual.
3. Contar con una herramienta de control de las actividades de inventario del proceso de distribución.
4. Tener a disposición un instrumento de capacitación y entrenamiento laboral para los nuevos empleados.

### **ALCANCE**

Con este manual ayudará a la observancia y práctica diaria del personal de las áreas de mostrador, ventas públicas y compras, así como el personal que ejecute funciones y actividades relacionadas dentro de los procedimientos que aquí se detallan.

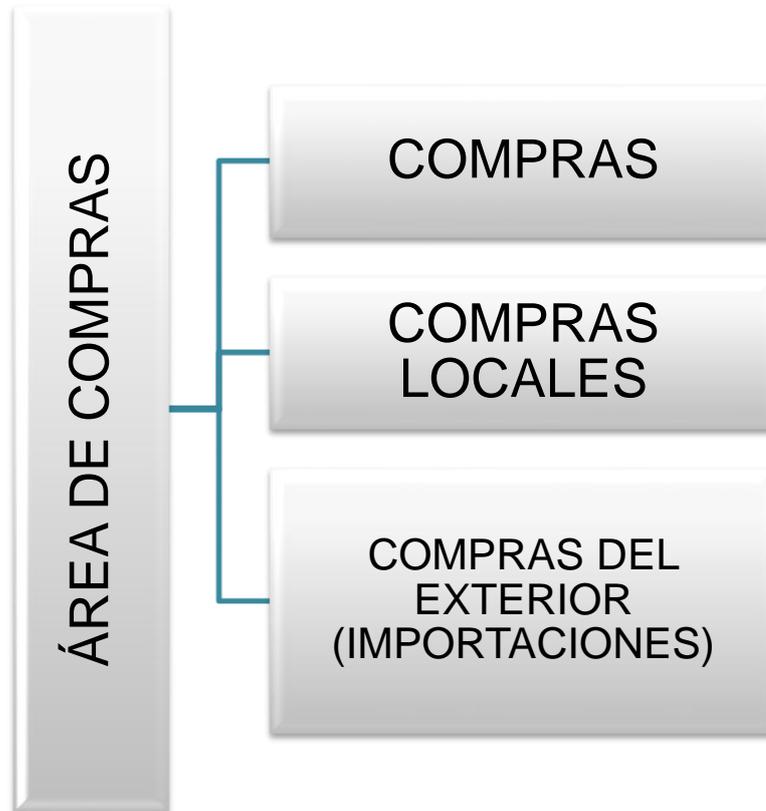


1. Reglamento interno de trabajo de la empresa distribuidora RM, el mismo que regula las relaciones laborales entre empleado y patrono, aprobado en Julio del 2012.
2. Constitución del Ecuador (2008), personas usuarias y consumidoras.
3. Código de trabajo del Ecuador.
4. Codificación de la ley de registro único de contribuyentes (2017).
5. Reglamento de comprobantes de venta, retención y documentos complementarios.
6. Código de trabajo y producción.
7. Código orgánico de la producción, comercio e inversiones (2017).



8. ORGANIGRAMA ÁREA DE COMPRAS

ORGANIGRAMA FUNCIONAL





9. FUNCIONES DE LOS PUESTOS

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

<b>Nombre del Cargo:</b>	Jefe de Ventas
<b>Departamento:</b>	Ventas
<b>Área:</b>	Ventas
<b>Reporta A:</b>	Gerente General

2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO

**Definición:**

Establecer las estrategias de relaciones con los clientes de su zona coordinado y supervisando las actividades de la fuerza de ventas, velando por el acatamiento de las políticas, los plazos, y condiciones generales de venta de los diferentes productos de la empresa, por área geográfica y por vendedor. Cumplir con la cota de ventas asignado.

**Descripción Funcional**

1. Solicitar personal fijo o temporal cuando sea necesario
2. Motivar la fuerza de ventas



## 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

<b>Nombre del Cargo:</b>	Asistente de Compras
<b>Departamento:</b>	Administración
<b>Área:</b>	Compras
<b>Reporta A:</b>	Jefe Administrativo

## 2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO

### **Definición:**

Velar por el oportuno suministro de las mercaderías requeridas, para su ulterior comercialización y distribución.

### **Descripción Funcional**

1. Receptar las solicitudes de compras.
2. Requerir cotizaciones a varios proveedores de productos.
3. Verificar el seguimiento de las cotizaciones.
4. Elaborar el cuadro de precio de los materiales cotizados.
5. Examinar las ordenes de compras pendientes y dar de baja a las órdenes que han sido atendidas.
6. Revisar los pagos pendientes a los proveedores, y anular los que no se tramitaron.
7. Elaborar y confirmar ordenes de compras.
8. Remitir las órdenes de compras a los respectivos proveedores.
9. Seguimiento de órdenes de compra colocadas.



**V.FUNCIONES DE LOS PUESTOS**

1. Tramitar órdenes de pago, obteniendo el visto bueno de la gerencia comercial.
2. Verificar el correcto registro de las entradas de bodega, facturas y orden de compra de las mercaderías recibidas.
3. Mantener actualizado el archivo de compras, secuencial y por proveedor.
4. Cruzar e ingresar las facturas de los artículos o productos comprados.
5. Negociar con los proveedores los niveles de calidad exigidos, las condiciones y plazos de entrega, precio, forma de pago, etc.
6. Mantener una cartera de proveedores alternativos, confirmados con las mismas particularidades que los habituales para garantizar el adecuado suministro de los productos requeridos.
7. Elaborar los pedidos de compras, ajustándose a las demandas internas.
8. Establecer y supervisar los procesos de aceptación de los productos, rechazando aquellos que no se ajustan a los requerimientos expresados.
9. Puntualizar los distintos usuarios que pueden generar cotizaciones, requisiciones, y órdenes de compra de la organización.
10. Definir categorías de órdenes para poder agruparlas de acuerdo a las necesidades de la empresa.
11. Controlar y dar seguimiento diario a los pedidos en tránsito.
12. Cumplir y hacer cumplir las leyes, acuerdos y regulaciones de comercio exterior establecidas tanto en origen como en destino.
13. Generar reportes semanales y mensuales sobre los procesos de importación con el fin de mantener informadas a las unidades involucradas.
14. Controlar que los tiempos de entrega con proveedores del exterior se cumplan dentro de las condiciones negociadas.
15. Revisar, controlar y custodiar las bodegas.
16. Revisar que las facturas cumplan los convenios establecidos.



**1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

<b>Nombre del Cargo:</b>	Vendedor de Mostrador
<b>Departamento:</b>	Ventas
<b>Área:</b>	Mostrador
<b>Reporta A:</b>	Jefe de Ventas

**2. DESCRIPCIÓN DEL CARGO**

**Definición:**

Realizar la comercialización de producto y entregarlos a los clientes asignados, asesorándolos según los requerimientos que expongan, con el fin de incrementar el volumen de ventas y plasmar las metas propuestas.

**Descripción Funcional**

1. Elaborar la factura respectiva, efectuar el cobro a todos los usuarios detallados en la preventa y entregar el producto.
2. Receptar e ingresar la información del cliente primero a la facturación.
3. Efectuar un comparativo de ventas del día, la semanal y mensuales para comprobar el si se está cumpliendo con el presupuesto de ventas.
4. Asesorar a los consumidores sobre promociones, remates, ofertas que efectúa la empresa.



### 3. DATOS DE IDENTIFICACIÓN

<b>Nombre del Cargo:</b>	Jefe de Bodegas
<b>Departamento:</b>	Compras
<b>Área:</b>	Bodegas
<b>Reporta A:</b>	Jefe Administrativo

### 4. DESCRIPCIÓN DEL CARGO

#### **Definición:**

Encaminar los formatos de entrada y salida del almacén, se le debe asignar esta función para que la persona que ejerce esta función, tenga conocimiento de cuándo llegó o salió la mercadería, en que cantidad, las unidades de una referencia, que artículos, a cuál es el origen y quien la recibió. Controlar inventarios diarios para saber de qué producto se está agotando o los que se tiene en mayor cantidad. recibir y verificar los productos que ingresan esto para estar seguro de que lo que se le anuncia en el documento correspondiente es lo que en realidad se le entrega.

#### **Descripción Funcional**

1. Constatar si el almacenaje del producto en bodega es adecuado.
2. Contrastar que sean enviados diariamente los reportes de bodega al superintendente.
3. Verificar que los documentos que el maneja sean debidamente autorizados.
4. Confirmar por fecha de antigüedad la cantidad de productos en existencia.
5. Verificar que se maneje el producto en la carga y descarga adecuadamente.
6. Verificar que los transportistas de los productos nacionales e importados lleguen a tiempo.



### **POLÍTICAS GENERALES**

Además de las obligaciones a las que están sometidos los empleados en virtud del código del trabajo y de los artículos anteriores, éstos se obligan a cumplir y a observar las siguientes:

1. Tener disciplina durante la jornada de trabajo y en general cuando permanezcan en las dependencias de la compañía.
2. Respetar en toda forma y tratar con cortesía a los representantes y funcionarios de la compañía, y a sus colaboradores de trabajo.
3. Asistir con puntualidad a sus labores.
4. Cuidar las herramientas, equipos, útiles de trabajo, bienes de la empresa, y en general confiados a su responsabilidad personal. En caso de pérdida o daño de bienes de la empresa, sean estas herramientas de trabajo o bienes que produce la compañía, que se hayan perdido en el momento que se encontraban bajo el cuidado de un colaborador, este responderá por la pérdida o daño pudiendo la compañía descontar de su remuneración.
5. Dar atención cordial al público, de manera especial los trabajadores que tengan trato con aquel.
6. Observar el cuidado y acatar las medidas de prevención de los riesgos de accidente de trabajo.
7. Si faltan, se atrasan o no asisten, dar el aviso correspondiente a su jefe inmediato y al departamento de RR. HH, con el fin de obtener la justificación de la misma. Cuando se trate de enfermedad, deberá presentar el correspondiente certificado médico.



8. Hacer los arreglos, cuando se tenga autorización para ello, de unidades defectuosas en su fabricación, o reportar el error o defecto para que sea corregido.
9. Apagar las máquinas de oficina al terminar las labores.
10. Cumplir estrictamente el horario de trabajo, entendiéndose como tal estar en el puesto de trabajo al inicio de la jornada que le corresponde, y no detener su actividad antes la hora de salida, salvo por orden expresa del empleador.
11. Procurar que su área de trabajo permanezca limpia y en perfecto orden.
12. Observar buena conducta en todo sentido y colaborar con lealtad en todo al orden disciplinario del empleador.
13. Hacer las observaciones, reclamos y solicitudes a que haya lugar, por medio del respectivo superior y de manera fundada, comedida y respetuosa.
14. Poner al máximo esfuerzo y toda su capacidad para desarrollar con suma diligencia la labor para la que se comprometieron.
15. Cumplir las normas en los reglamentos internos, de seguridad e higiene, en el manual de políticas internas y en cualquier otra normativa departamental o regulación, impartida por la empresa a los empleados, las cuales les serán debidamente proporcionadas por escrito a los trabajadores.
16. Mantener una conducta que permita el cabal desempeño de sus labores, y que no afecte los intereses de la empresa o con el ambiente de trabajo.



## POLÍTICAS ESPECÍFICAS

**Políticas de Pedido:** para las políticas de pedido de mercadería se tomarán las siguientes recomendaciones.

1. Se realizará un conteo físico de los productos de nuestro stock.
2. Se comprará según el resultado físico del inventario con los datos arrojados por el sistema administrativo maverick.
3. Los pedidos se realizarán según lista de nuestros proveedores locales o del exterior.
4. Previo al despacho de la mercadería se requerir el adecuado la orden de compra por parte del cliente.
5. Los pedidos se realizarán por teléfono, vía e-mail, personalmente.

## Políticas de Compra

Se tomarán las siguientes recomendaciones:

1. Se realizará el ingreso a bodega respectivo una vez llegada la mercadería.
2. Se elegirá a los mejores ofertantes tanto en precio, plazo, forma de pago y tiempo de entrega.
3. Se mantendrá la lista de proveedores.
4. No se garantizará una compra que no esté soportada por una orden de compra.
5. Es obligatorio realizar el requerimiento de compra.



### **Formas de Pago**

1. Para realizar la cancelación de una factura de proveedores del exterior se efectúa el pago con transferencia bancaria.
2. Para realizar la cancelación por una compra inmediata de proveedores locales se genera el pago con cheque y crédito directo.

### **POLÍTICAS DE VENTA**

Para las políticas de ventas de mercadería se tomarán las siguientes recomendaciones:

1. No aceptan devoluciones.
2. Los vendedores reciben comisiones según su área.
3. El vendedor de mostrador 1% sobre el subtotal de la factura gestionada.
4. El jefe de ventas 1% sobre la facturación general.
5. El vendedor público 0.5% sobre el subtotal de la factura gestionada.
6. Se realizará descuento hasta el 10% sobre el total de la factura.

### **FORMAS DE PAGO**

#### **Efectivo**

1. Se aceptan billetes de \$50,00 y \$100
2. No se aceptan billetes rotos ni en mal estado.
3. El efectivo recibido deberá ser contado dos veces y verificado en el detector de billetes falsos.



### **Cheques**

1. Los cheques al portador no se aceptarán.
2. Cheques de instituciones financieras locales se aceptarán.
3. No se aceptan cheques que estén sin firmar y rotos.
4. Si es un cliente nuevo, se aceptará cheque previo la verificación del buró crediticio.
5. El cheque debe estar dirigido a DISTRIBUCIONES RM.
6. Según autorizaciones se aceptarán cheques post- fechados.

### **POLITICAS DE ALMACENAJE**

Se tomarán las siguientes recomendaciones:

1. Se revisará precavidamente cada producto.
2. Se comprará el ingreso a bodega sin costo con la mercadería a custodiar.
3. Únicamente se efectuará la entrega de la mercadería al vendedor de mostrador con la presentación de la factura incluyendo sello de autorización de despacho con firma del Gerente General y/o Jefe de Ventas.
4. Cada producto se colocará en la percha asignada según su marca.



### **POLÍTICAS DE UTILIZACIÓN DEL SISTEMA**

1. La factura deberá ser elaborada con los datos actuales del cliente.
2. El vendedor del mostrador que se encarga de facturar debe llenar todos los campos requeridos en el sistema.
3. El vendedor del mostrador no podrá ni deberá tener acceso a los demás módulos del sistema, es decir que no deberá realizar anulación de facturas, etc.
4. Antes de guardar en el sistema e imprimir la factura, debe revisar si la forma de pago es la correcta.
5. De la misma manera el encargado de compras no deberá saltarse los campos que sean pedidos por el sistema como, por ejemplo: línea, grupo, ubicación, etc.
6. El asistente de compras es el encargado de realizar las actualizaciones al catálogo de productos.
7. El asistente de compras es el encargado de efectuar las órdenes de compras y deberá registrar correctamente los datos del proveedor requeridos obligatoriamente.
8. El asistente de compras es el responsable de realizar integra y oportunamente los ingresos de bodega en el sistema.
9. El acceso al sistema es personal e intransferible.
10. Si existe un error en el registro del sistema, el contador deberá realizar la salida de bodega con la finalidad de mantener datos reales. Cuando se efectuó la toma física del inventario y este no se encuentre según en la lista de existencias de bodega generado por el sistema, se notificará dichos faltantes al departamentos de RR.HH. para los trámites necesarios.



Procedimiento: Ventas Locales con Cheque

<b>N°</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO</b>
<b>1</b>	Vendedor de Mostrador	Recibe requerimiento de compra del cliente y elabora cotización
<b>2</b>	Cliente	Recibe cotización y aprueba orden de compra
<b>3</b>	Vendedor de Mostrador	Elabora factura
<b>4</b>	Gerencia General y/o Jefe Financiero	Aprueban o rechazan la facturación. Si la factura es aprobada se procede a emitir orden de retiro de bodega, caso contrario se niega el despacho
<b>5</b>	Bodeguero	Precede al despacho
<b>6</b>	Vendedor de Mostrador	Recibe producto
<b>7</b>	Cliente	Recibe mercadería junto con la factura original y elabora el cheque para la cancelación de la misma
<b>8</b>	Jefe Financiero	Custodia el cheque recibido por la venta y la copia de la factura (amarilla)
<b>9</b>	Contabilidad	Custodia factura azul



Procedimiento: Ventas Locales en Efectivo

<b>N°</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO</b>
<b>1</b>	Vendedor de Mostrador	Recibe requerimiento de compra del cliente y elabora cotización
<b>2</b>	Cliente	Recibe cotización y aprueba orden de compra
<b>3</b>	Vendedor de Mostrador	Elabora factura
<b>4</b>	Gerencia General y/o Jefe Financiero	Aprueban o rechazan la facturación. Si la factura es aprobada se procede a emitir orden de retiro de bodega, caso contrario se niega el despacho
<b>5</b>	Bodeguero	Precede al despacho
<b>6</b>	Vendedor de Mostrador	Recibe producto
<b>7</b>	Cliente	Entrega el efectivo
<b>8</b>	Jefe Financiero	Custodia efectivo y recibe factura (copia amarilla)
<b>9</b>	Contabilidad	Reporta cancelación y custodia factura (copia azul)



Procedimiento: Ventas Locales con Crédito Directo

<b>N°</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO</b>
<b>1</b>	Vendedor de Mostrador	Recibe requerimiento de compra del cliente y elabora cotización
<b>2</b>	Cliente	Recibe cotización y aprueba orden de compra
<b>3</b>	Vendedor de Mostrador	Elabora factura
<b>4</b>	Gerencia General y/o Jefe Financiero	Aprueban o rechazan la facturación. Si la factura es aprobada se procede a emitir orden de retiro de bodega, caso contrario se niega el despacho
<b>5</b>	Bodeguero	Precede al despacho
<b>6</b>	Vendedor de Mostrador	Recibe producto
<b>7</b>	Cliente	Recibe mercadería junto con la factura original
<b>8</b>	Contabilidad	Recibe copia de factura azul y provisiona el crédito



Procedimiento: Ventas Nacionales con Crédito Directo

<b>N°</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO</b>
<b>1</b>	Vendedor de Mostrador	Recibe requerimiento de compra del cliente y elabora cotización
<b>2</b>	Cliente	Recibe cotización y aprueba orden de compra
<b>3</b>	Vendedor de Mostrador	Elabora factura
<b>4</b>	Gerencia General y/o Jefe Financiero	Aprueban o rechazan la facturación. Si la factura es aprobada se procede a emitir orden de retiro de bodega, caso contrario se niega el despacho
<b>5</b>	Bodeguero	Precede al despacho y emite orden de retiro de bodega
<b>6</b>	Vendedor de Mostrador	Recibe producto y coordina envío de la mercadería
<b>7</b>	Cliente	Notifica datos del transportista y número de guía
<b>8</b>	Contabilidad	Custodia factura (copia azul) y provisiona el crédito



**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA  
EL CONTROL DE INVENTARIOS**

**PÁG  
22**

**EMPRESA: DISTRIBUIDORA RM**



**IMPLEMENTACIÓN DEL MANUAL DE PROCEDIMIENTOS DE LAS  
OPERACIONES DE INVENTARIO EN LA EMPRESA DISTRIBUIDORA RM**

**DIRIGIDO A MIEMBROS DEL:**

**Área de compras y Jefe de bodega**

**Elaborado Por:**

**Revisado Por:**

**Fecha de Elaboración:**  
Mayo 2018

**Vigencia**  
Mayo 2018 - Mayo 2020



### **PROCESOS DE IMPLEMENTACIÓN**

Completadas las etapas de recopilación, medición, investigación, análisis y evaluación de información sobre el proceso de distribución de productos masivos, se procede a elaborar el manual de procedimientos (compra, almacenamiento y despacho).

### **CARACTERÍSTICAS DE LOS PROCEDIMIENTOS**

El proceso de compra se realiza en forma directa, es decir empresa proveedor sin contar con intermediario alguno. El almacenamiento de los productos se realiza en tres bodegas: Bodega principal, en donde se resguardan los productos que son solicitados para la venta; en la bodega de despachos se almacena el producto listo a ser expedido por medio de los vehículos distribuidores, para que estos se encarguen de hacer llegar el producto a los clientes; la bodega de devoluciones resguarda el producto devuelto por parte de los clientes, el cual debe ser almacenado nuevamente en la bodega principal, para que se le requiera en una nueva venta. Para el caso de una venta realizada el día de hoy, esta será despachada al tercer día, siendo el primer día de recepción y facturación de pedidos, el segundo día para preparación y carga del producto en el vehículo distribuidor y la entrega se realizará en el 3er. día.

### **INSTRUCCIONES PARA EL USO DEL MANUAL**

Dentro del manual, usted puede encontrar tres procedimientos que permiten el desarrollo del proceso de distribución de productos para la venta, los procedimientos se mencionan a continuación.

- Compra de artículos para ser vendidos
- Almacenamientos de artículos para la venta
- Despacho de artículos para distribuidos



**PROCEDIMIENTOS:**

Compra de artículos para ser vendidos

**Objetivo**

Definir las actividades pertinentes para el desarrollo de la compra de productos para la venta, dando a conocer la secuencia, los responsables y los registros necesarios que deben llevarse a cabo para su consecución.

**Alcance**

El procedimiento se iniciará con la orden de compra y finaliza al determinar el total de la cuenta por pagar a los proveedores, esta información se comunica al departamento de contabilidad.

**Campo de Aplicación**

La aplicación y funcionamiento del procedimiento de compra de artículos para la venta se da en las siguientes áreas.

1. Área de compras del Depto. de operaciones de RM.
2. Bodega principal de RM.

**RESPONSABILIDADES**

Los responsables de éste procedimiento en las instalaciones de RM son los siguientes.

1. Gerente de operaciones (tiene que velar por que se cumpla el procedimiento).
2. Coordinador de compras (ejecuta actividades relacionadas con el procedimiento).
3. Coordinador de bodega principal (ejecuta actividades relacionadas con el procedimiento).
4. Auxiliares de bodega principal (ejecutan actividades relacionadas con el procedimiento).



Este procedimiento tendrá como responsable inmediato de su cuidado y mantenimiento al gerente de operaciones, al coordinador de compras y al coordinador de bodega principal, quienes tendrán a su disposición una copia del procedimiento, la cual deberán facilitar al personal de su área.

### **ACTIVIDADES**

1. La recepción en nuestras instalaciones del producto comprado se realiza ingresando el producto a bodega principal (actividad realizada por el personal de bodega principal).
2. Simultáneamente con el paso anterior se recibe la factura original de la compra en el área de oficinas del departamento de operaciones (esta actividad la realiza el coordinador de compras).
3. Los trabajadores de la bodega principal deben descargar del vehículo proveedor el producto comprado, haciéndolo en forma cuidadosa para no estropearlo, utilizando montacargas, tarimas y pallet que faciliten el manejo de los productos.
4. En el documento se debe detallar la cantidad y tipo de producto que está ingresando, este documento deberá ser entregado al coordinador del área de compras, quien hará uso del documento para ingresar datos al sistema informático.
5. El coordinador del departamento de compras, al recibir el documento de recepción de producto de proveedores en bodega principal deberá revisar cuidadosamente la cantidad de producto ingresado y confirmar por medio de la factura el precio por producto y el costo total de la compra.



## **DISTRIBUCIÓN**

El procedimiento debe ser designado a las siguientes áreas, son responsables de aplicarlo.

1. Gerencia de operaciones de RM.
2. Área de compras del departamento de operaciones de RM.
3. Área de bodega principal del departamento de operaciones de RM.

Entre las áreas mencionadas anteriormente, deberá haber una persona responsable por la copia autorizada del procedimiento, siendo en gerencia de operaciones el gerente de área, para el caso de las áreas de compras y bodega principal, los coordinadores de cada área serán los responsables de la copia autorizada para su área.

## **ALMACENAMIENTO DE ARTÍCULOS PARA LA VENTA**

### **Objetivo**

Definir las actividades pertinentes para el almacenamiento de los productos para la venta dentro de las bodegas (principal, de despachos y de devoluciones), dando a conocer la secuencia, los responsables y los registros necesarios que deben llevarse a cabo la consecución del procedimiento.

### **Alcance**

La acción del procedimiento inicia al ingresar producto a las diferentes bodegas (bodega principal, de despachos y de devoluciones) y finaliza cuando se da salida de las bodegas al producto.

### **Campo de Aplicación**

La aplicación y funcionamiento del procedimiento de almacenamiento de los productos se dan en las siguientes áreas.

1. Área de compras del departamento de operaciones de RM.
2. Área de inventario, facturación y liquidación del departamento de operaciones de RM.



- ✓ Bodega Principal de RM.
- ✓ Bodega de despachos de RM.
- ✓ Bodega de devoluciones de RM.

### **ACTIVIDADES EN BODEGA PRINCIPAL**

1. Si el producto ingresa a bodega principal por motivo de compra, el producto se debe descargar del vehículo distribuidor y colocarse en el suelo perteneciente al área de recepción de proveedores para realizar el conteo a ciegas. Cuando el ingreso de producto sea por motivo de devolución por parte de los clientes, la admisión del producto se realizará por la puerta que comunica a la bodega principal con la bodega de despachos y no se realizará conteo a ciegas. Estas actividades son realizadas por el personal de bodega principal y por el personal de bodega de despachos y devoluciones.
2. Después de realizar el conteo a ciegas se debe de llenar el documento de recepción de producto de proveedores en bodega principal, indicando el tipo y cantidad de producto que se está recibiendo, esta actividad es realizada por los auxiliares de la bodega principal y verificada por el coordinador de la misma.
3. El producto dentro de la bodega principal permanece almacenado hasta que se le requiera para ser vendidos. El personal de esta bodega debe mantener siempre limpia toda la bodega, colocando la basura en los recipientes específicos para esta función y dándole salida de la bodega a los artículos que se encuentra en el área de producto en mal estado para evitar que esta área se encuentre congestionada y cause daños al producto restante de la bodega.



### **En Bodega de Despacho**

1. El ingreso de los artículos que conforman el consolidado a bodega de despachos proveniente de la bodega principal, es realizado por el personal de las bodegas principal y de despachos, quienes deben colocar el producto en el espacio de preparación de embarques.
2. Colocado el producto en el área de preparación de embarques de la bodega de despachos, los auxiliares realizan el conteo a ciegas para verificar la cantidad y tipo de producto que se está recibiendo.
3. El encargado de turno de la bodega de despachos, deberá revisar el documento llenado por los auxiliares (mencionado en el paso anterior), firmándolo al final del mismo para dar respaldo a los datos del conteo a ciegas.
4. El coordinador de bodega principal y el encargado de turno de la bodega de despachos verifican los apuntes registrados por aparte en sus respectivas áreas, para establecer si existe alguna diferencia entre el producto que está entregando la bodega principal a la bodega de despachos, si exista un faltante o sobrante de producto, se deberá corregir inmediatamente para que se posea exactamente el producto que se requiere despachar.



EMPRESA: DISTRIBUIDORA RM

Documento del Inventario Físico Diario

Inventario Físico Diario

CÓDIGO D004

RM  
DIRECCIÓN  
TELEFONO  
E-MAIL

Fecha: \_\_\_\_\_

Código	Descripción	u*c	Buen Estado		Mal Estado	
			cajas	unid	cajas	unid
9012	Acoples para Bomba ¼ br	60				
9007	Amoladora Dewalt 4 1/2"	01				
9011	Bomba Pedrollo Jet 0.85hp	01				
9013	Breaker Ge" p/caja 1x30	20				
9001	Breaker Ge" s/psto 1x20	24				
9002	Breaker Ge" s/psto 1x30	24				
9003	Breaker Ge" s/psto 1x50	24				
9010	Compresor Aire Truper 2hp	01				
9006	Panel Evlite Emp. 12watt	20				
9004	Panel Ge" 4-8 espacio	01				
9005	Panel Maviju led s/psto18	25				
9009	Taladro Dewalt percutor ½"	02				
9008	Taladro Ptk percutor ½"	05				

Nombre \_\_\_\_\_

Firma \_\_\_\_\_

Verificado por \_\_\_\_\_



# MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL CONTROL DE INVENTARIOS

Documentos de preparación a escoger (picking) y de salida de productos de la bodega de despachos

PÁG  
30

## Preparación del Picking y Salida de Producto de la

RM

DIRECCIÓN

TELEFONO

E-MAIL

Bodega de Despachos

Fecha: \_\_\_\_\_

Hora: \_\_\_\_\_

### CÓDIGO D005

Código	Descripción	U*C	cajas	unidades
2550	Foco Lamptan 3UX20W L/Blanca	50		
2551	Foco Osram Espiral 23W L/ Blanca	12		
2552	Reflector silvania 400w 220v	01		
2553	Reflector Led Vica de 100w L/ Azul	05		
2554	Foco Vica P/Nevera 15w Boq. E27	12		
2555	Foco Discoteca luz varios colores	25		
2556	Anillo de Cera P/Sanitario	30		
2557	Lavabo Edesa Shelby C/ Blanco	01		
2558	Asiento Edesa C/Blanco P/Inodoro	10		
2559	Pedestal Edesa C/Blanco	01		
2560	Sifón Fv Acordeón 11/4 lavabo	30		
2561	Sifón Fv Acordeón 11/2 cocina	30		
2562	Cable Íncable Flexible #12 THHN	05		
2563	Cable Íncable Flexible # 14 THHN	05		
2564	Cable Conelsa Flexible #12 TW	10		
2565	Cable Conelsa Flexible #14 TW	15		
2566	Breaker Ge" S/psto 2x100 Amp	06		
2567	Breaker Ge" S/psto 2x70 Amp	06		
2568	Cortadora Tubo Truper Mexicana	10		



**MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA EL CONTROL DE INVENTARIOS**

Documentos de preparación a escoger (picking) y de salida de productos de la bodega de despachos

**PÁG  
31**

**Preparación del Picking y Salida de Producto de la**

<b>RM</b>
<b>DIRECCIÓN</b>
<b>TELEFONO</b>
<b>E-MAIL</b>

**Bodega de Despachos**

Fecha: \_\_\_\_\_

Hora: \_\_\_\_\_

**CÓDIGO D005**

Código	Descripción	U*C	cajas	unidades
2569	Tanque Presión Almetal 40gl	01		
2570	Tanque Presión Pearl USA 55gl	01		
2571	Manómetro Presión Brady USA	12		
2572	Automático Presión Brady 20-40	15		
2573	Automático Presión Brady 30-50	15		
2574	Sensor de Movimiento Evlite	06		

Número de Embarque	=	
--------------------	---	--

\_\_\_\_\_  
FIRMA VENDEDOR

\_\_\_\_\_  
FIRMA BODEGA



**Seguimiento de la implementación del manual de procedimientos para el control de inventario dentro de la empresa distribuidora.**

Evaluación de la funcionalidad del manual de procedimientos.

**1. Beneficios del Manual**

Por medio del manual de procedimientos para el control de inventario, se ha podido lograr el objetivo primordial de poseer una herramienta que presente en forma específica las acciones del proceso de distribución de productos masivos. Otros beneficios que la implementación del manual ha traído a la empresa distribuidora son los que se mencionan a continuación.

- ✓ Obtención de información sobre la situación actual de las actividades de inventario, presentada en un formato asequible de comprender, que permite tener un parámetro para la implementación de nuevos métodos de trabajo que generen mejoras.
- ✓ RM cuenta ahora con un instrumento de inducción y capacitación para los nuevos empleados.
- ✓ Los empleados que laboran actualmente en la empresa conocen el lugar correcto de almacenamiento de los productos en la bodega principal, gracias a la implementación del manual de procedimientos.
- ✓ Se ha obtenido una herramienta de consulta rápida sobre las actividades de inventario, permitiendo que toda la cadena jerárquica relacionada con el proceso de distribución haga uso del manual para aumentar la eficiencia en las operaciones.



### **Método de Evaluación**

1. La evaluación del manual se realizará en base a un formato el cual permite establecer los cambios que deben realizarse a las actividades, para que estas se encuentren actualizadas y generen mayor eficiencia en su desarrollo, el documento de evaluación permite conocer si el personal está haciendo uso del manual, pues debe consultar a todo el personal que está involucrado en el manejo de este documento.
2. La evaluación debe ser realizada por los coordinadores de cada área, quienes deben velar porque su personal de área realice la evaluación (documento de evaluación). Luego de realizar la evaluación, se enviarán todos los documentos de evaluación al gerente de operaciones quién analizará la información y generará mejoras al manual o bien a las actividades de inventario.

### **Política de Evaluación**

- ✓ La política de evaluación pretende alinearse con los objetivos estratégicos que posee la empresa, es decir que a través de la evaluación del manual de procedimientos se conozca información que permita generar mejoras para la buena marcha del proceso de distribución. El sentido de retroalimentación que proporciona la evaluación del manual permite que los altos mandos de la empresa generen nuevas ideas y corrijan los problemas actuales.



### **Formato de Evaluación**

El formato de evaluación pretende recabar información sobre la usanza que se le esté dando al manual en un periodo determinado, las evaluaciones deben ser semestralmente para tener un mejor conocimiento y control del desarrollo de las actividades de inventario.

En la página siguiente se muestra el formato de evaluación del manual de procedimientos, el cual consta de dos hojas.

## Formato de Evaluación del Manual de Procedimientos

 <p>Dirección: Teléf. E-mail.</p>	<p>Manual de Procedimientos Para el Control de Inventarios</p>	<p>COD DMP01 Revisión 0 Página 1 de 2</p>
<p><b>HOJA DE EVALUACIÓN</b></p>		<p><b>CODIGO B007</b></p>
<p>No de Evaluación _____</p> <p>Fecha _____</p>		
<p>Nombre: _____</p> <p>Cargo que desempeña: _____</p> <p>Área a la que pertenece: _____</p> <p>Tiempo de laborar en la empresa: _____</p>		
<p>1. ¿Con qué frecuencia ha consultado el manual de procedimientos de RM? Ninguna vez _____ veces ¿Por qué motivo? _____</p> <p>2. ¿Le ha sido útil el manual de procedimientos como medio de consulta? Sí _____ No _____ ¿Por qué? _____</p> <p>3. ¿Considera que el contenido del manual de procedimientos está actualizado con respecto a la forma de realizar las actividades del proceso de distribución? Sí _____ No _____ ¿Por qué? _____</p> <p>4. ¿Qué modificaciones recomienda para que el manual se encuentre de acorde con la forma en que se realizan las actividades actualmente dentro de la empresa? _____ _____</p>		



## Presentación

Sres. Buenas tardes. Mi nombre es Johanna Herrera y pertenezco al I.T.B (Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología) y me encuentro realizando esta encuesta sobre el tema “Conocer el grado de satisfacción del cliente sobre el servicio recibido al momento de la entrega del producto, con el fin de tomar medidas correctivas y prevenirlas”. Ya que es una investigación social donde podemos recoger opiniones que ustedes como clientes nos proporcionan de gran magnitud e importancia como esta. Solicito a usted contestar esta encuesta, aclarando que el instituto no toma en cuenta ni difunde opiniones individuales. No demandará más que unos minutos y realmente nos sería de gran ayuda y le agradezco mucho.

Atentamente,

Johanna Herrera Sánchez.

# C.I 0940221278



## Instrucciones

1. Lea detenidamente cada una de las preguntas y señale con esfero de color azul o negro mediante un (✓) solo una de las cuatro opciones que usted considere pertinente, teniendo en consideración que no puede dejar pregunta sin contestar.
2. Encontrará 10 preguntas con una escala de repuesta de alternativas múltiples.
3. La repuesta o información que usted nos proporcione será sumamente importante para nosotros.

## Cuestionario de Encuestas

Objetivo:

Conocer el grado de satisfacción del cliente sobre el servicio recibido al momento de la entrega del producto, con el fin de tomar medidas correctivas y prevenirlas.

1. ¿Con qué frecuencia usa nuestro producto o servicio?

- Todos los días
- Con promedio, 2 veces por semana
- Una vez a la semana
- Meno de 1 vez al mes

2. ¿Por cuánto tiempo ha estado usando nuestro servicio o producto?

- 1 – 12 meses
- 1 – 3 años
- Más de 3 años
- Nunca lo usó

3. ¿Qué lo impresionó más acerca de nuestro producto o servicio?

- Calidad
- Precio
- Experiencia de compra
- Servicio al cliente

4. ¿Comparado con productos similares ofrecidos por otras distribuidoras o importadoras, como considera nuestro producto o servicio?

- Mucho mejor
- Algo mejor
- Más o menos igual
- No sé

5. ¿Recomendaría nuestros productos o servicios a otra gente?

- Definitivamente sí
- Probablemente
- No estoy seguro
- Probablemente no

6. ¿Vendría usted a la distribuidora de nuevo a comprar nuestros productos?

- Seguro que sí
- Probablemente si
- No estoy seguro
- Probablemente no

7. ¿Cómo calificaría la calidad de nuestros productos?

- Muy alta calidad
- Alta calidad
- Baja calidad
- Muy baja calidad

8. En general ¿está satisfecho o insatisfecho de nuestra empresa distribuidora?

- Muy satisfecho
- Algo satisfecho
- Algo insatisfecho
- Muy insatisfecho

9. ¿La distribuidora RM cumple con el tiempo de entrega a la hora de enviar la mercadería?

- Sí
- Siempre
- No
- Nunca

10. ¿Los empleados tienen conocimientos y responden a las preguntas de los clientes?

- No aplica
- Muy insatisfecho
- Satisfecho
- Muy satisfecho



Despedida

Se le agradece por el tiempo que ha dedicado a realizar esta encuesta. Sus respuestas han sido muy importantes y almacenadas anónimamente y serán analizadas de forma conjunta con el resto de resultados. Estamos convenidos que la visión del cliente es la que mejor refleja la realidad de nuestra empresa y por ello su opinión e información nos interesa enormemente. con el fin de tomar medidas correctivas y prevenirlas.

## ENTREVISTA

Lugar: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

### Datos Generales

Hora Inicio: \_\_\_\_\_ Hora Finaliza Entrevista: \_\_\_\_\_

Entrevistado: \_\_\_\_\_

Entrevistador: \_\_\_\_\_

### Formulario

**Objetivo:** El objetivo de esta entrevista fue la de ver la perspectiva de un Gerente, focalizado en la tendencia actual de la administración moderna.

1. **¿Cuál es su principal valor a la hora de trabar?**
2. **¿Qué prefiere, trabajar solo o en equipo?**
3. **¿Qué tanto creé usted que conoce los productos que comercializa?**
4. **¿creé usted que cuenta con el personal apropiado para ser una empresa competente?**
5. **¿Qué habilidades considera que necesita un gerente de éxito?**

## **INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

### **CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por la comisión de culminación de Estudios del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

#### **CERTIFICO:**

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Implementación procesos de control en la entrega de mercadería de artículos ferreteros de la distribuidora RM de la ciudad de Guayaquil.”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

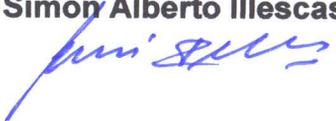
#### **TECNÓLOGA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

El problema de investigación se refiere a: **¿Qué procesos de control se utilizan en la en la entrega de mercadería de artículos ferreteros en la distribuidora RM, ubicada en la ciudad de Guayaquil, en el año 2018?**, el mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresada:

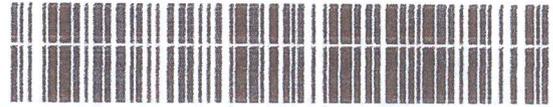
  
**Herrera Sánchez María Johanna**

Tutor:

  
**PhD. Simón Alberto Illescas Prieto**



Factura: 001-002-000038996



20180901031D01914

**DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20180901031D01914**

Yo, NOTARIO(A) LENIN PATRICIO VALDIVIESO SALINAS de la NOTARÍA TRIGÉSIMA PRIMERA, comparece(n) MARIA JOHANNA HERRERA SANCHEZ portador(a) de CÉDULA 0940221278 de nacionalidad-ECUATORIANA, mayor(es) 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, todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaría, no asume responsabilidad alguna. - Se archiva un original. GUAYAQUIL, a 15 DE JUNIO DEL 2018, (8:55).

*Johanna Herrera S.*  
MARIA JOHANNA HERRERA SANCHEZ  
CÉDULA: 0940221278

NOTARIO(A) LENIN PATRICIO VALDIVIESO SALINAS  
NOTARÍA TRIGÉSIMA PRIMERA DEL CANTÓN GUAYAQUIL



## CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, María Johanna Herrera Sánchez en calidad de autora con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación:

**Implementación procesos de control en la entrega de mercadería de artículos ferreteros de la distribuidora RM de la ciudad de Guayaquil,** de la modalidad de semipresencial realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de Tecnología en administración de empresas, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

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

Johanna Herrera Sánchez

Nombre y Apellidos del Autor

No. de cédula: 0940221278

Johanna Herrera S.

Firma

INSTRUCCIÓN  
**BACHILLERATO**  
 APELLIDOS Y NOMBRES DEL PADRE:  
**HERRERA SANCHEZ HERMES UFREDO**  
 APELLIDOS Y NOMBRES DE LA MADRE:  
**SANCHEZ DIAZ MARIA AUXILIADORA**  
 LUGAR Y FECHA DE EXPEDICIÓN:  
**QUAYAQUIL**  
**2014-01-15**  
 FECHA DE EXPIRACIÓN:  
**01/01/15**

PROFESIÓN / OCUPACIÓN  
**BACHILLER COMERC-ADM**  
**ESSMSV2242**

*Johana Herrera*  
 FIRMA DEL CEDULADO

DIRECTO GENERAL

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

Nº 094022127-8

CÉDULA DE  
**CIUDADANÍA**  
 APELLIDOS Y NOMBRES:  
**HERRERA SANCHEZ  
 MARIA JOHANNA**  
 LUGAR DE NACIMIENTO:  
**GUAYAS**  
**SANTA LUCIA**  
 FECHA DE NACIMIENTO: **1994-06-11**  
 NACIONALIDAD: **ECUATORIANA**  
 SEXO: **F**  
 ESTADO CIVIL: **SOLTERA**

*Johana Herrera*

INSTRUMENTO PÚBLICO  
 Y CONSULTA  
 POPULAR 2018

ESTE DOCUMENTO ADICIONA QUE USTED  
 PARTICIPÓ EN EL REFERENDUM Y  
 CONSULTA POPULAR 2018.

ESTE DOCUMENTO CONTIENE TODOS  
 LOS DATOS QUE SON RELEVANTES

*J. Herrera*

CERTIFICADO DE VOTACIÓN  
 4 DE FEBRERO 2018

053 JUNTA No.  
 053 - 138 MUNICIPIO  
 0940221278 CÉDULA

**HERRERA SANCHEZ MARIA JOHANNA**  
 APELLIDOS Y NOMBRES

GUAYAS PROVINCIA  
 GUAYAQUIL CANTÓN  
 LETAMENDI PARROQUIA

CIRCUNSCRIPCIÓN:  
 ZONA: 1

*Johana Herrera*

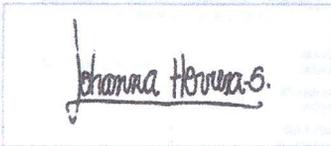
DOY FE: Que esta fotocopia es  
 Igual al documento original.  
 15 JUN 2018  
 Guayaquil,

*Lenin Valdivieso Salinas*  
 Notario Trigesimo  
 Primero de Guayaquil





# CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD



**Número único de identificación:** 0940221278

**Nombres del ciudadano:** HERRERA SANCHEZ MARIA JOHANNA

**Condición del cediado:** CIUDADANO

**Lugar de nacimiento:** ECUADOR/GUAYAS/SANTA LUCIA/SANTA LU

**Fecha de nacimiento:** 11 DE JUNIO DE 1994

**Nacionalidad:** ECUATORIANA

**Sexo:** MUJER

**Instrucción:** BACHILLERATO

**Profesión:** BACH.COMERCIO.ADMIN.

**Estado Civil:** SOLTERO

**Cónyuge:** No Registra

**Fecha de Matrimonio:** No Registra

**Nombres del padre:** HERRERA SANCHEZ HERMES UFREDO

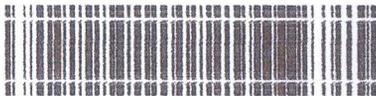
**Nombres de la madre:** SANCHEZ DIAZ MARIA AUXILIADORA

**Fecha de expedición:** 15 DE ENERO DE 2014

Información certificada a la fecha: 15 DE JUNIO DE 2018

Emisor: JONATHAN JAVIER VIDAL PINARGOTE - GUAYAS-GUAYAQUIL-NT 31 - GUAYAQUIL

N° de certificado: 180-129-69969



180-129-69969

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



## CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

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

### CERTIFICO:

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

        Luis Alberto Akatep                 Luis Alberto Akatep        

Nombre y Apellidos del Colaborador  Firma

CEGESCYT