



UNIVERSIDAD ECOTEC

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Tema del Trabajo de Titulación:

“ESTRATEGIAS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS QUÍMICOS DE
LA EMPRESA CHEM MASTER CÍA. LTDA.”

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:
KATERINE ANABELL ALVARADO LITARDO

CARRERA: INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES CON ENFASIS EN
NEGOCIOS INTERNACIONALES.

TUTOR: ING. ELBA CALDERÓN FARFÁN, MGS

2017

GUAYAQUIL, ECUADOR

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado primeramente a Dios, mi esposo y mis padres ya que gracias a ellos he podido concluir mi carrera universitaria.

CERTIFICACIÓN DE REVISIÓN FINAL

QUE EL PRESENTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN TITULADO:

**“ESTRATEGIAS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS QUÍMICOS DE
LA EMPRESA CHEM MASTER CÍA. LTDA.”**

**FUE REVISADO, SIENDO SU CONTENIDO ORIGINAL EN SU TOTALIDAD,
ASÍ COMO EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUERIMIENTOS QUE SE
DICTAN EN EL INSTRUCTIVO, POR LO QUE SE AUTORIZA A:
KATERINE ANABELL ALVARADO LITARDO**

QUE PROCEDA A SU PRESENTACIÓN.

Samborondón, 14, Julio- 2017

ING. ELBA CALDERÓN FARFÁN, MGS

TUTOR

URKUND

Documento [KATHERINE ALVARADO 17.06.2017.docx](#) (D29424941)

Presentado 2017-06-17 19:47 (-05:00)

Presentado por ecalderon@ecotec.edu.ec

Recibido ecalderon.ecotec@analysis.urkund.com

Mensaje katherine alvarado [Mostrar el mensaje completo](#)

7% de estas 14 páginas, se componen de texto presente en 2 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	DOCUMENTO FINAL CARLOS LANDIVAR.docx
	CAPITULO II.docx
	CANALES DE DISTRIBUCION INTERNACIONAL.docx
	https://bianneygiraldo77.wordpress.com/2013/01/22/marco-metodologico-2/
	MEDINA MONTERO MICHELLE.docx
	SEPTIMO B LUIS CHIMBORAZO.docx

[Advertencias](#) [Reiniciar](#) [Exportar](#) [Compartir](#) [Opciones](#)

UNIVERSIDAD ECOTEC

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Tema del Trabajo de Titulación: "ESTRATEGIAS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS QUÍMICOS DE LA EMPRESA CHEM MASTER CÍA. LTDA."

NOMBRE DEL ESTUDIANTE: KATERINE ANABELL ALVARADO LITARDO

CARRERA: INGENIERO EN CIENCIAS EMPRESARIALES CON ENFASIS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.

TUTOR: ING. ELBA CALDERON FARFAN, MGS

2017

GUAYAQUIL, ECUADOR

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado primeramente a Dios, mi esposo y mis padres ya que

RESUMEN

Los procesos de logística surgen para que los empresarios en la actualidad puedan hacer frente a la dinámica que existe en el mercado actual, que genera una demanda cada vez más exigente tanto en la calidad de los productos como la calidad de los servicios de una organización, donde los tiempos de acción y respuesta a los clientes en sus pedidos y entregas son las bases para que los consumidores escojan un proveedor específico. La presente investigación contempla en analizar cuáles son los procesos logísticos internos y externos que están ocasionando molestias a los consumidores de una empresa fabricante de productos químicos de la ciudad de Guayaquil con el propósito de presentar estrategias para la distribución dentro de sus propósitos administrativos.

Palabras claves: Logística, Comercialización, Procesos.

ABSTRACT

The logistics processes arise as a proposal for the business community and the new entrepreneur to face the market dynamics that produce an increasingly demand as much in quality of the product and in quality of service in a company, where the response times to the customers play an important role when choosing a specific provider. The investigation focuses on analyzing which logistics processes are causing problems with the customers of one manufacturer Company of chemical products in the city of Guayaquil in order to present a completely new proposal to create strategies for the distribution into his administrative processes.

Key words: Logistics, Commercialization, Processes.

Contenido

INTRODUCCIÓN	7
ANTECEDENTES	8
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA CIENTÍFICO.....	8
OBJETIVOS.....	9
ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	9
JUSTIFICACIÓN	10
CAPÍTULO I.....	11
1. MARCO TEÓRICO	11
CAPÍTULO II.....	20
2. SITUACIÓN ACTUAL.....	20
 2.1 <u>PROBLEMÁTICA</u>.....	20
 2.2 <u>DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</u>.....	21
 2.3 <u>PROCESO ACTUAL, NARRATIVA DEL PROCESO</u>.....	22
 2.4 <u>ORGANIGRAMA ACTUAL DE LA EMPRESA</u>.....	24
 2.5 <u>DIAGNÓSTICO DE PROBLEMA ACTUAL</u>.....	24
 2.6 <u>TABULACIÓN DE ENCUESTAS</u>	26
 CAPÍTULO III.....	31
 <u>3. PROPUESTA - ESTRATEGIAS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS QUÍMICOS DE LA EMPRESA CHEM MASTER CÍA. LTDA.</u>	31
 3.1 <u>PROCESOS SUJETOS A MEJORAS</u>.....	31
 3.2 <u>OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIAS PARA LA DISTRIBUCION</u>.....	34
 4 <u>CONCLUSIONES</u>	36
 5 <u>RECOMENDACIONES</u>	37
 6 <u>BIBLIOGRAFIA</u>.....	38
 ANEXOS.....	40

ESTRATEGIAS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS QUÍMICOS DE LA EMPRESA CHEM MASTER CÍA. LTDA.

INTRODUCCIÓN

Actualmente la cadena del manejo de suministros o más conocida como Logística es uno de los temas más importantes en cualquier empresa. Se trata de aplicar un enfoque sistémico al manejo total de flujos de información, materiales y servicios de los proveedores de materias primas a través de fábricas y depósitos, hasta el cliente final. Se focaliza sobre aquellas actividades básicas que una empresa debe realizar cada día para satisfacer la demanda. (Paz & Gómez, 2013)

Las industrias a través de la historia han ido evolucionando de una manera constante y han visto la importancia de la comercialización y la logística dentro de las entregas a tiempo. Los consumidores en la actualidad son los que tienen el poder de compra y quienes toman la última palabra en que marca eligen al momento de comprar sus productos. La creación de un centro de acopio para CHEMMASTER CIA LTDA. se encargaría de coadyuvar en los procesos logísticos de entregas de mercaderías a sus clientes y esto generaría fidelización con los clientes.

CHEMMASTER CIA LTDA. en la actualidad no cuenta con este centro de acopio y existe la necesidad de mejorar la logística en las entregas a tiempo a la zonas de la región Sierra. El centro de acopio sería de gran aporte para la empresa ya que mejoraría la rentabilidad de la misma y ayudaría a explotar el mercado en esta región. La logística dentro de las empresas no debe estar limitada por la gestión del almacenaje y transporte del producto; debe ser comprendida y utilizada como un arma estratégica para desarrollar ventajas altamente competitivas.

ANTECEDENTES

La empresa objeto de estudio tuvo sus inicios en la ciudad de Guayaquil, tiene en el mercado nacional aproximadamente 20 años, siendo una empresa de tipo familiar puesto que fue fundada por 2 hermanos que vieron en la fabricación de productos químicos una oportunidad idónea de emprendimiento, orientados por la creciente oferta del mercado industrial y su gran proyección a futuro.

En sus inicios se dedicaron a crear una sola línea de productos químicos, el de la limpieza y desinfección en general, diversificando en lo posterior su gama de línea de productos hasta llegar a ofrecer asesorías totalmente gratuitas por la compra de cada uno de los productos.

En la actualidad comercializan una amplia variedad de productos para diferentes sectores de mercado, tales como: Agrícola, ferretería, industrial, automotriz, de construcción, desinfección, jabonería, lavandería, refrigeración, piscinas, pisos, imprenta, pinturas y demás productos solicitados por su exigente clientela. Con más de 20 años de experiencia en el mercado, se han consolidado como una de las más representativas marcas a nivel nacional.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA CIENTÍFICO.

Ante una creciente y exigente demanda, su capacidad de respuesta se ha visto afectada debido a imprecisiones en sus procesos internos ocasionando retrasos en la entrega del producto que en muchas ocasiones ha llegado hasta el punto de perder a potenciales clientes, y lo que es peor, generarse una dudosa reputación por lo antes expuesto.

El resultado que se espera obtener es identificar de manera plena esas fallas en su mapa procesal que ocasiona inconvenientes que repercuten en las finanzas de la empresa.

DELIMITACIÓN

El análisis de la problemática se enfoca en una fábrica de productos químicos, la empresa CHEM MASTER CIA LTDA., ubicada en la ciudad de Guayaquil. El estudio se realiza durante el tercer trimestre del año 2016.

OBJETIVOS

Objetivo General

- Analizar el proceso logístico actual, a fin de mejorar los tiempos en la comercialización de los productos químicos de CHEMMASTER CIA. LTDA. a nivel nacional.

Objetivos Específicos

- Fundamentar las bases teóricas referente a la comercialización y producción de productos químicos en el Ecuador.
- Diagnosticar la situación de la empresa CHEMMASTER CIA. LTDA. hacia la logística de envío de productos químicos en la región Sierra.
- Proponer estrategias para mejorar la distribución de productos químicos con un centro de acopio en la región Sierra.

ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

Descriptivo: Se realizará una investigación que contemple como está dividido el mercado tanto en zonas geográficas como en niveles de consumo de los productos y las ventas de los mismos.

Exploratorio: Ya que se realizará una investigación exhaustiva de problemas logísticos en envíos de mercadería a la región Sierra.

Explicativo: El futuro centro de acopio que se llevará a cabo será la solución a los problemas logísticos de traslados de mercadería a la región Sierra, ya que en la actualidad la mayoría de las empresas de transportes de mercadería pesada

ubicadas en la ciudad de Guayaquil que están en el mercado esperan que los camiones llenen sus espacios y después de esto envían los camiones a las entregas, lo cual genera pérdida de tiempo en entregas, pérdida de clientes debido a la demora en entregas, reclamos por parte de clientes al no estar satisfechos y esto llega a generar pérdidas cuantiosas a la empresa.

JUSTIFICACIÓN

Para lograr obtener productos de calidad y lograr satisfacer una exigente demanda que día a día evoluciona en las exigencias de los clientes hacia sus proveedores, es indispensable que los procesos que se lleven a cabo en la logística sean 100% efectivos, el cual se origina desde que se despierta el interés del consumidor, orden de pedido, y continuando por los procesos internos que lleven a que en el área de producción se cumpla el pedido del cliente tal como él lo pidió, velando por que las entregas se cumplan en los tiempos establecidos con el cliente, posteriormente se le hace asistencias técnicas al cliente para que el producto sea usado de la manera correcta.

Para lograr ello, los procesos internos en la logística de la empresa juegan un rol preponderante ya que de esto dependerá que la compañía alcance el principal objetivo, la total satisfacción del cliente. Por lo antes mencionado es que se pretende realizar una propuesta para la distribución de productos químicos que evite la pérdida de estos clientes previniendo la insatisfacción de los consumidores.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

El presente capítulo aborda los fundamentos teóricos que soportan el trabajo de análisis para la distribución de productos químicos.

Un producto químico podría definirse como uno o varios compuestos químicos juntados específicamente con la finalidad de crear. Los productos químicos según sus características tienen como función principal: desinfectar, pulverizar, neutralizar, eliminar capas bacterianas, eliminar plagas o llevar a cabo diversos procesos industriales. Se usan por lo tanto en sectores industriales, fábricas, maquinarias y demás.

Los productos químicos son calificados de diferentes formas por las autoridades competentes como la Secretaría Técnica de Drogas (organismo regulador de productos químicos) que pueden ordenar la aprobación, restricción o hasta la prohibición del uso o venta.

Es de conocimiento público que los productos químicos en su mayoría son de alto riesgo por la inflamabilidad. En resumen, ante ciertas temperaturas elevadas, pueden explotar y provocar un incendio. Para prevenir cualquier incidente, los productos químicos deben ser manipulados con la mayor precaución posible y utilizar la debida seguridad industrial correspondiente como: guantes, mascarillas, botas, cascos, etc.).

Los productos químicos están divididos en: explosivos, inflamables, corrosivo, nocivos, sensibilizantes, peligroso para el medio ambiente y comburente. (Normalización, 2013)

1.1 LOGÍSTICA

Los orígenes de la logística, cuyo término proviene del campo militar, relacionado con la adquisición y suministro de materiales requeridos para cumplir una misión aplicada a la actividad empresarial, se remontan a la década de los cincuenta. Una vez concluida la segunda guerra mundial, la demanda creció en los países industrializados y la capacidad de distribución era inferior a la de venta y producción.

El concepto moderno de logística es “la acción del colectivo laboral dirigida a garantizar las actividades de diseño y dirección de los flujos material, informativo y financiero, desde sus fuentes de origen hasta sus destinos finales, que deben ejecutarse de forma racional y coordinada con el objetivo de proveer al cliente los productos y servicios en la cantidad, calidad, plazos y lugar demandados, con elevada competitividad y garantizando la preservación del medio ambiente” (Acevedo, 2011)

(Ballou, 2004)Según el libro “Logística de Administración de la Cadena de Suministro”: “La Logística gira en torno a crear valor: valor para los clientes y proveedores de la empresa, y valor para los accionistas de la empresa. El valor en la logística se expresa fundamentalmente en términos de tiempo y lugar. Los productos y servicios no tienen valor a menos que estén en posesión de los clientes cuando (tiempo) y donde (lugar) ellos deseen consumirlos.”

Toda empresa debe estar abierta a la posibilidad de implementar cambios profundos en su organización interna que les permita mejorar los bienes o servicios que oferten con la finalidad de poder satisfacer la demanda que día a día se torna más exigente respecto a calidad del producto recibido, permitiéndoles a su vez incrementar sus niveles de competitividad en el mercado.

(Sánchez, 2004) Segundo la autora se define a la logística como “la gestión de los flujos físicos, de información y financieros que se dan a lo largo de una cadena de valor, es decir, es la encargada de gestionar estratégicamente la obtención,

almacenamiento y distribución de productos en la cantidad, calidad, precio, plazo y lugar demandado con elevada competitividad al menor costo posible”.

La definición de logística, permite asociar el término logística directamente con el flujo de material, desde el proveedor a un cliente, e incluso debe reconocerse que éste es el objeto sobre el cual recae la acción de la logística. Como se aprecia existe consenso entre los autores consultados en considerar que la logística se ocupa de la gestión del flujo físico que comienza en la fuente de suministro y termina en el punto de consumo.

1.2 DISTRIBUCIÓN DE MERCADERÍA.

La distribución de mercadería cumple un papel fundamental en la cadena de consumo de productos a nivel mundial, el proceso de distribución data desde los inicios de la civilización cuando el proceso se realizaba exclusivamente por tierra y agua. Poco a poco fue evolucionando y se empezaron a observar los primeros vendedores mayoristas que vendían a minoristas y consumidores en plazas donde las personas se conglomeraban. Actualmente en muchas regiones del mundo todavía podemos ver este tipo de comercio.

El producto puede llegar al consumidor de varias formas, históricamente se han implementado mercados y ferias en eventos de convocatoria masiva de personas, como por ejemplo: centros religiosos, conciertos, eventos nacionales, etc.

Para llevar a cabo las actividades entre oferta y demanda debemos identificar varios puntos del proceso, el desplazamiento de productos, consolidar los productos en un punto y cómo incentivar el intercambio de mercadería; esto dependerá del tipo de comercio que se realice: al detalle, mayorista, minorista, etc.

1.3 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Dentro del contexto de la mercadotecnia, los canales de distribución son como cauces o tuberías por donde fluyen los productos, su propiedad, comunicación, financiamiento y pago, así como el riesgo que los acompaña hasta llegar al consumidor final o usuario industrial. (RAE , 2017).

Lamb, Hair y McDaniel, definen a los canales de distribución como "una estructura de negocios de organizaciones interdependientes que va desde el punto de origen del producto hasta el consumidor, con el propósito de llevar los productos a su destino final de consumo" (Lamb Charles, 2002)

Para Philip Kotler y Gary 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"

(UNID Universidad Interamericana de Desarrollo, 2003)

La American Marketing Association (A.M.A.), (Marketing Power, Dictionary of Marketing Terms, 2017) define lo que es un canal de distribución de la siguiente manera: "Una red organizada (sistema) de agencias e instituciones que, en combinación, realizan todas las funciones requeridas para enlazar a productores con los clientes finales para completar las tareas de marketing"

Los canales de distribución son "áreas económicas" totalmente activas, a través de las cuales el fabricante coloca sus productos o servicios en manos del consumidor final.

1.4 CADENA DE SUMINISTRO

La cadena de suministro contempla el mapa de vida del producto o servicio desde su fabricación hasta su consumo. Se relaciona directamente con las estrategias de distribución de mercadería y la logística en general de las empresas.

Dentro de la cadena de suministro de una empresa o de un conjunto de empresas se distinguen tres áreas básicas de actividad logística:

1. **El proceso de aprovisionamiento:** Se ocupa de la gestión de materiales entre los proveedores y la empresa.
2. **El proceso de producción:** Gestiona el conjunto de operaciones productivas de los centros de fabricación.
3. **El proceso de distribución:** Comprende la gestión del producto hasta los clientes y consumidores.

La Gestión de la Cadena de Suministro requiere la integración de los subsistemas, procesos y actividades relativas al flujo material, así como del informativo necesario para dirigir éste y el financiero, con el objetivo de lograr los niveles de satisfacción de los clientes finales o consumidores que garanticen la sostenibilidad de las Organizaciones y del ecosistema (Pérez, 2006).

La gestión óptima de la cadena de suministros implica tanto actividades internas como externas de la empresa y está vinculada con las infraestructuras, almacenes y medios de transporte principalmente; los sistemas de información y los métodos de gestión.

En este sentido, se distinguen tres tipos de estrategias de logística, dependiendo de cuántos intermediarios intervengan en el proceso logístico:

- **Estrategia Logística Selectiva:** Se elige cuáles y cuántos intermediarios forman parte de la distribución. Esta elección depende de las características del producto o servicio, de la competencia y del público objetivo.
- **Estrategia Logística Exclusiva:** Esta estrategia limita el número de puntos de venta únicamente a nuestro producto y a ningún otro.
- **Estrategia Logística Intensiva:** Su objetivo es abarcar la mayor cantidad de canales de distribución posibles con el fin de llegar al público objetivo. Es ideal para el consumo de productos masivos.

El alcance de la cadena de suministro define el sistema logístico, considerado como “el conjunto de elementos físicos e informativos, necesarios para la

realización de cierto flujo material, a lo largo de múltiples filas de proveedores y clientes” (Castro, 2003) .

El término “cadena de suministro” fue empleado por primera vez por el consultor Keith Oliver en 1982. A mediados de los años 90 comenzaron las publicaciones sobre este tema y ha sido en el siglo XXI cuando las empresas han empezado a adoptar nuevas formas organizativas a raíz de este término. La crisis económica que se vive en la actualidad ha llevado a las empresas – especialmente las PYMES – a desarrollar en mayor profundidad la cadena de suministros haciendo disminuir los costes económicos, bien a nivel interno o al asociarse con otras empresas, también se observa la importancia de estrategia logística en las empresas de nueva creación.

La Cadena de Suministro, se refiere a la unión de todas las empresas que participan en la producción, distribución, manipulación, almacenamiento y comercialización de un producto y sus componentes; es decir, integra todas las empresas que hacen posible que un producto salga al mercado en un momento determinado. Esto incluye proveedores de materias primas, fabricantes, distribuidores, transportistas y detallistas.

1.5 BODEGAJE

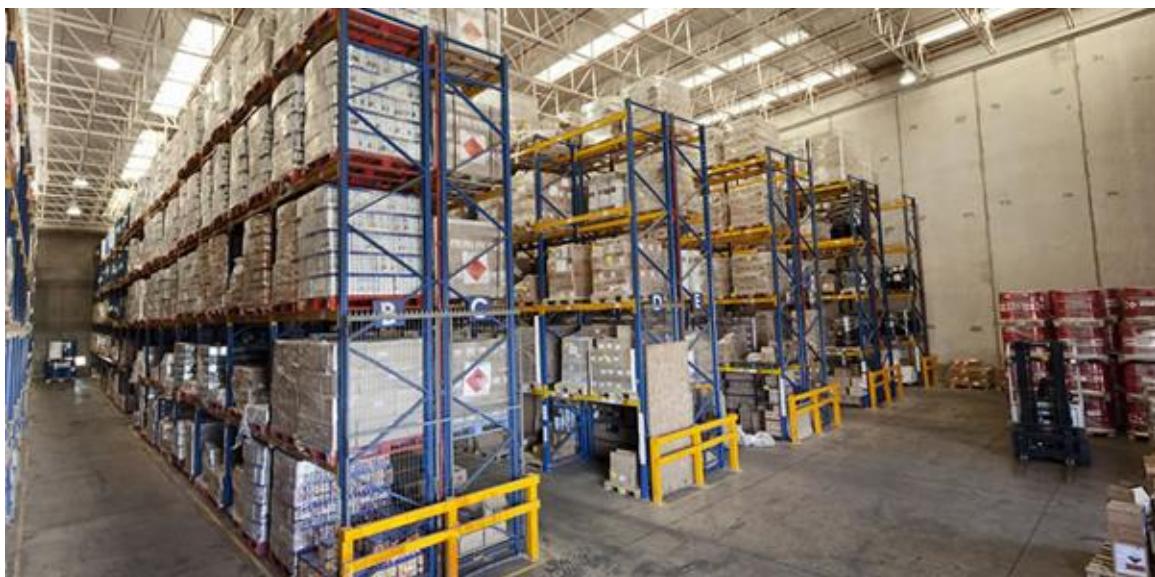
Bodegaje en la actualidad es un concepto muy utilizado dentro de la industria ecuatoriana y podría definirse a su vez como almacenaje. El bodegaje no es solo una necesidad que puede surgir para una empresa sino se podría convertir en una solución, ya que las grandes empresas o pymes pueden tener la necesidad de almacenar una gran variedad de productos de sus inventarios que en el lugar donde esta localizada la organización no pueden por motivos de espacios. (Serrano, 2014)

Las principales razones para hacer el almacenamiento en una bodega son:

- Coadyuvar al departamento de comercialización.
- Reducción de costos en transporte.
- Apoyo al proceso de producción.
- Mejora la logística.

Puntos importantes a considerar en el bodegaje de productos químicos.

- Correcta división de productos con nombres, lotes y fecha de caducidad.
- Perchas divididas por tipos de productos.(limpieza, ferretería, industrial)
- Letreros de seguridad industrial.
- Correcta temperatura acorde a los productos químicos que se mantendrá en la bodega.



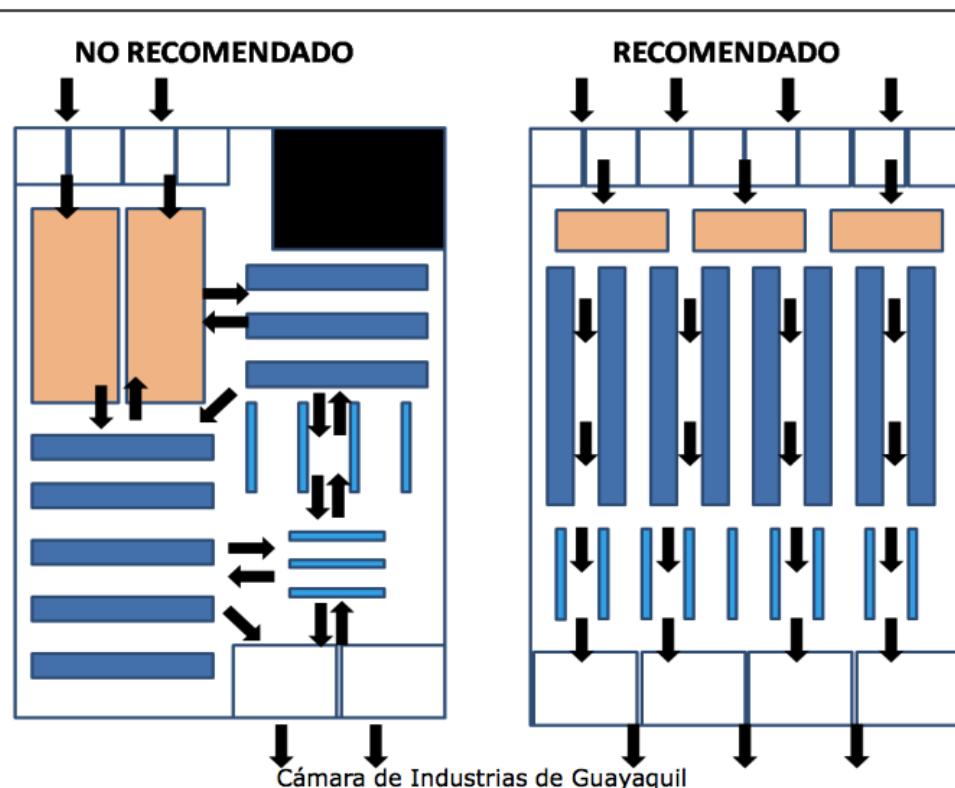
Fuente: warehousing.com

(Guedes) Principios Básicos del bodegaje en cuanto a seguridad y medio ambiente de productos químicos:

- Implementos de seguridad industrial. (cascos, chalecos, guantes, gafas, mascarillas y demás.)
- Correcta señalización en bodegas y delimitación en zonas peligrosas.

- Temperatura correcta, ventilación.
- Niveles correctos de iluminación.

PLANO DE BODEGA



Fuente: Cámara de Industrias de Guayaquil.

1.6 CENTRO DE ACOPIO

Un centro de acopio cumple como función principal de la recopilar una producción o un inventario de una organización. La definición del diccionario de la Real Academia Española, entre otros, señala que la acumulación se debe dar en gran cantidad para que podamos hablar de acopio. Esto se debe a que no se trata de una acción casual, sino voluntaria, con un objetivo bien definido. (Real Academia Española, 2014)

En varios países del mundo los centros de acopio son habituales, ya que reúnen la producción e inventarios de una empresa que por cuestiones de espacios en sus fábricas tienen que tomar como opción crear centros de acopio para liberar espacios en sus bodegas y de esta manera tener facilidad para comercializar los productos de manera directa. (Acosta, 2008)

En efecto el objetivo principal de los centros de acopio es darle la oportunidad a las PYMES que compitan en los mercados nacionales frente a grandes organizaciones que existen en el mercado, con la calidad y logística necesaria para hacer frente a la demanda de los consumidores.

CAPÍTULO II

2. SITUACIÓN ACTUAL

Actualmente toda empresa encargada del proceso completo de comercialización, desde la fabricación del producto hasta la entrega, para tener éxito necesita un proceso logístico adecuado, que fomente la puntualidad en todas sus etapas. Es recomendable implementar acciones que incentiven a realizar mejores prácticas en todos los procesos hasta culminar en el usuario final.

La realidad muchas veces difiere de esta idea ya que existen empresas que tienen muchos años en el mercado y que han sido administradas sin las ideas antes mencionadas, esto ha ocasionado en ciertos momentos un estancamiento en el crecimiento de estas empresas volviéndolas poco eficaces.

2.1 PROBLEMÁTICA

La empresa analizada lleva 20 años en el mercado de fabricación y distribución de productos químicos con más de 10.000 clientes a nivel nacional, especializándose en diferentes líneas de productos tales como: Agrícola, ferretería, industrial, automotriz, de construcción, desinfección, jabonería, lavandería, refrigeración, piscinas, pisos, imprenta, pinturas, etc.

La competitividad que existe en la actualidad ha derivado en la identificación de etapas del proceso de distribución que deben mejorar, especialmente la logística que actualmente se maneja en esta empresa para la entrega de productos en la región Sierra.

El exceso en los tiempos de entregas en esta región ha ocasionado malestar en sus clientes quienes por momentos prefieren comprar productos que se comercialicen cerca de sus ciudades a pesar de tener menor calidad.

2.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Descriptivo: Se realizará una investigación que contemple como está dividido el mercado tanto en zonas geográficas como en niveles de consumo de los productos y las ventas de los mismos.

Exploratorio: Ya que se realizara una investigación exhaustiva de problemas logísticos en envíos de mercadería a la región Sierra.

Explicativo: El futuro centro de acopio que se llevará a cabo será la solución a los problemas logísticos de traslados de mercadería a la región de la Sierra, ya que en la actualidad la mayoría de las empresas que transportan mercadería pesada ubicadas en la ciudad de Guayaquil esperan que los camiones llenen sus espacios y después de esto los envíen a las entregas; esto genera pérdida de tiempo en entregas, pérdida de clientes, reclamos por parte de clientes al no estar satisfechos y esto llega a generar pérdidas cuantiosas a la empresa.

El enfoque a utilizar en la presente investigación es el Descriptivo, ya que como indican Tamayo y Tamayo M. en su libro “Proceso de la Investigación Científica” (Pág. 35), la investigación descriptiva “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre grupo de personas, grupo o cosas, se conduce o funciona en presente”, y eso es lo que se pretende realizar. (Tamayo, 2004)

Según (Sabino, 1992) “La investigación de tipo descriptiva trabaja sobre realidades de hechos, y su característica fundamental es la de presentar una interpretación correcta. Para la investigación descriptiva, su preocupación primordial radica en descubrir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos, utilizando criterios sistemáticos que permitan poner de manifiesto su estructura o comportamiento. De esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada”. (Pág. 51)

El alcance es de carácter Exploratorio-Descriptivo, ya que como indican Hernández, Fernández y Baptista (2014), es exploratorio porque estudian casos poco investigados, y en la empresa que se está analizando no existen indicios de haber realizado anteriormente un análisis como el propuesto en el presente documento, y descriptivo porque se describen los hechos como se vayan observando, lo cual se logrará analizando cada uno de los procesos administrativos involucrados. (Hernandez & Baptista, 2014)

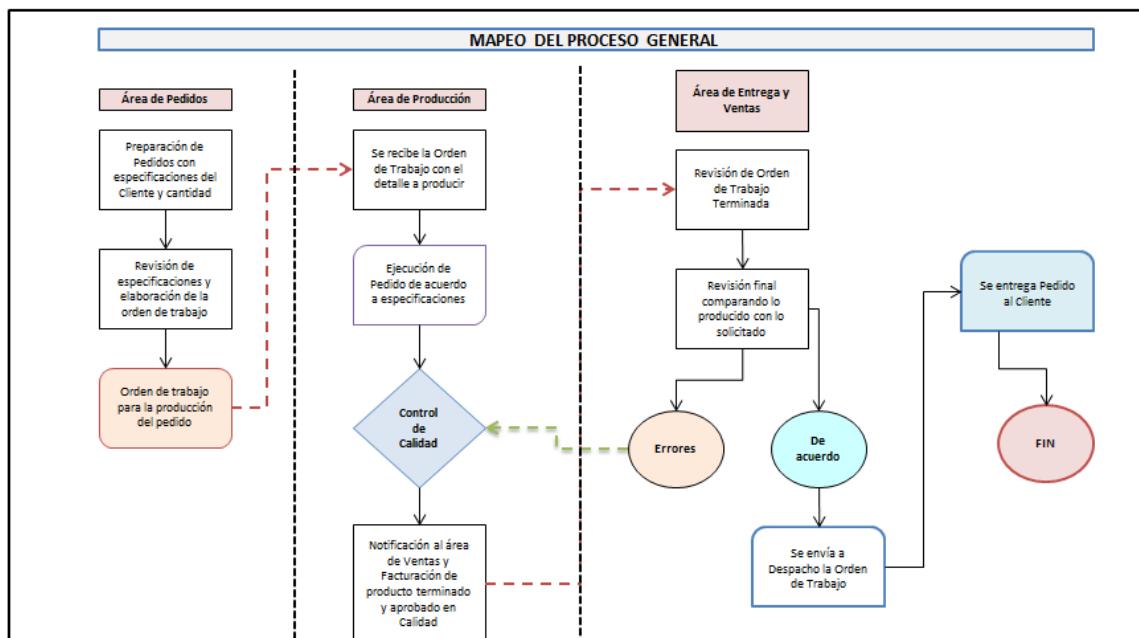
2.3 PROCESO ACTUAL, NARRATIVA DEL PROCESO

La empresa analizada tiene actualmente el siguiente proceso de aceptación de pedidos, elaboración del producto y entrega final hacia el cliente:

1. Cliente realiza el pedido de los productos requeridos con base en especificaciones técnicas y cantidades a producir.
2. La empresa realiza la revisión del pedido y las especificaciones técnicas.
3. La empresa realiza la orden de trabajo para la producción del pedido realizado por el cliente.
 - a. En este punto se identifica el primer error, en el cual el pedido se lo realiza de forma manual, basándose en formatos pre-impresos ya existentes de la elaboración de los distintos productos (nota de pedidos).
 - b. Estas notas de pedido no tienen el control adecuado, el cual impide muchas veces el traslado del mismo a la siguiente área de producción o incluso el retraso de la entrega del producto al consumidor final o muchas veces ni el envío del mismo.
 - c. Producción no tiene actualmente un control de aceptación del pedido y la respectiva orden de trabajo, por lo cual muchas veces no realiza el proceso de producción.
 - d. Como resultado se produce el descontento del cliente por la falta de compromiso de las fechas establecidas para la entrega final del pedido.

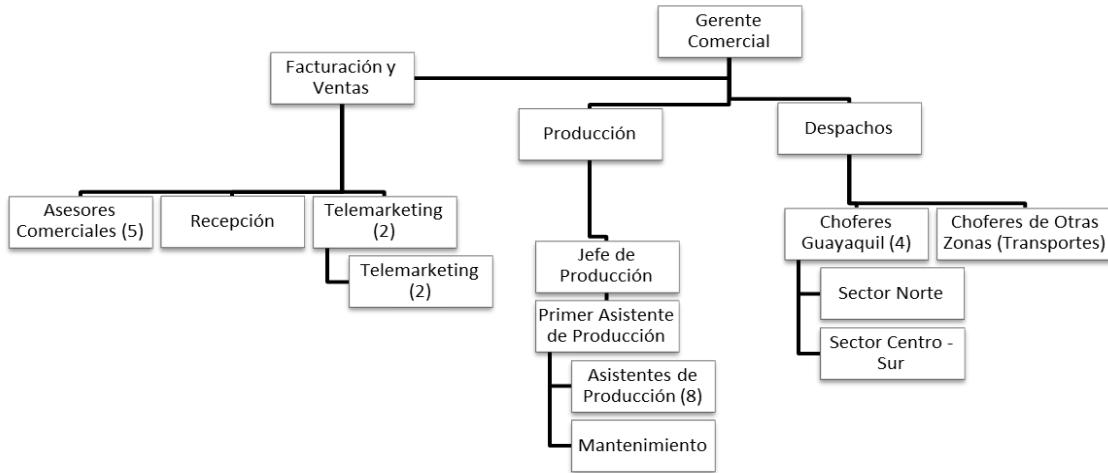
4. El área de facturación y ventas para estos casos suele re-tomar el pedido para solventar el problema, pero los tiempos ya no se cumplen con efectividad, dejando por sentado el descontento del cliente.
5. El área de producción acepta el pedido nuevamente elaborado de acuerdo al punto anterior (4) e inicia su proceso de manufactura con retraso y en algunas ocasiones con especificaciones distintas al pedido original que quedó rezagado por la falta de control inicial, acrecentando el descontento del cliente.
6. El área de producción pasa la orden de trabajo finalizada al área de entrega y ventas para su revisión.
7. El área de entrega y ventas realiza la revisión.
8. El área de entrega o despachos se encarga de llevar la mercadería al transporte.

A continuación, se presenta el diagrama general del proceso actual:



Fuente: Chemmaster Cia Ltda.
Elaborado por: Katerine Alvarado Litardo.

2.4 ORGANIGRAMA ACTUAL DE LA EMPRESA



Fuente: Chemmaster Cia Ltda.

Elaborado por: Katerine Alvarado Litardo.

2.5 DIAGNÓSTICO DE PROBLEMA ACTUAL

De acuerdo a los antecedentes investigados, tanto a nivel interno de la empresa como externo a nivel de consumidor del producto de la empresa analizada, la percepción de insatisfacción de los clientes finales y tomando en cuenta el constante descontento generalizado por ambas partes se ha logrado identificar que:

1. Existe una desorganización crítica en procesos claves de la empresa como la elaboración de pedidos.
 - a. Especificaciones técnicas de los productos químicos bajo los requerimientos del cliente.
 - b. Cantidad a producir de cada ítem solicitado por el cliente.
 - c. Precio previamente pactado.
 - d. Tiempos de entrega.
2. Total carencia de comunicación entre las áreas de ventas-telemarketing la cual es la que recepta los pedidos y el área de producción-despacho, provocando retrasos significativos en la entrega final y en ocasiones la

no recepción de la mercadería por parte del cliente debido al incumplimiento de los tiempos pactados en dicho pedido.

- a. Esto genera un descontento generado tanto a nivel del consumidor como a nivel de la alta gerencia y accionistas, provocando así muchas veces desprecio de la misma.
- b. Discusiones innecesarias entre el cliente y empleados de la empresa por la falta de compromiso en las fechas pactadas de entrega de producto.

3. Problemas con transportistas en procesos logísticos en entregas a región Sierra.

- a. Problemas en cumplimiento de tiempos pactados debido a factores climáticos (lluvias, deslaves, neblina etc.)

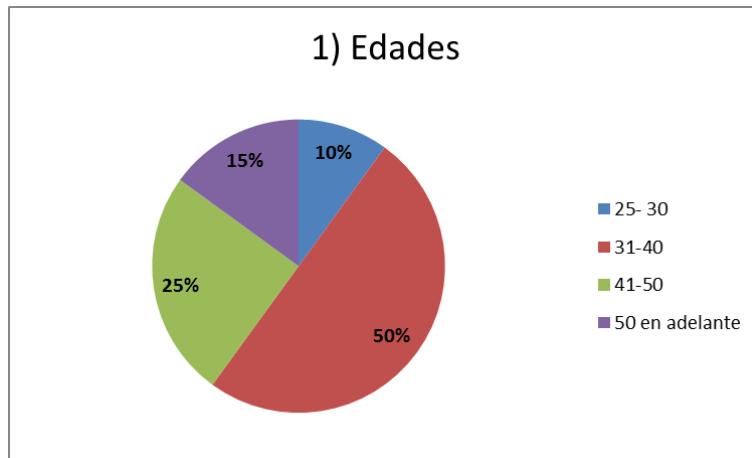
4. Decrecimiento en las ventas de los productos, ya que aunque el producto no ha variado su calidad, la percepción por parte del consumidor final es negativa debido al incumplimiento en tiempos de entrega antes pactados.

Como conclusión, un proceso mal establecido, desorganizado y no controlado provoca el decrecimiento de las ventas, insatisfacción del consumidor, desprecio de la empresa, lo cual puede finalizar hasta el cierre final de la misma.

El objetivo principal de este análisis del problema es desarrollar una propuesta de mejora basándonos en los conceptos básicos de estrategias para la distribución de productos de acuerdo a las definiciones descritas en el Capítulo I de este Proyecto de Investigación.

2.6 TABULACIÓN DE ENCUESTAS

1. Rango de edad



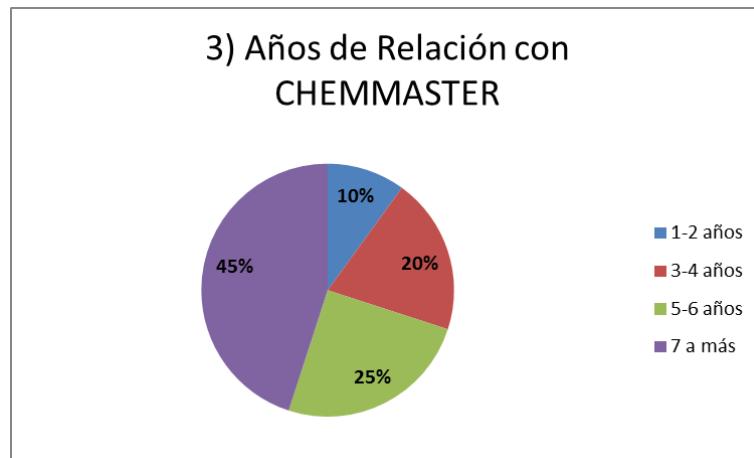
Dada la pregunta 1 de la encuesta llevada a cabo, se pudo analizar que el rango de edad de los clientes activos son de 31-40 años llevando así el 50% según la encuesta.

2. ¿En qué ciudad se encuentra?



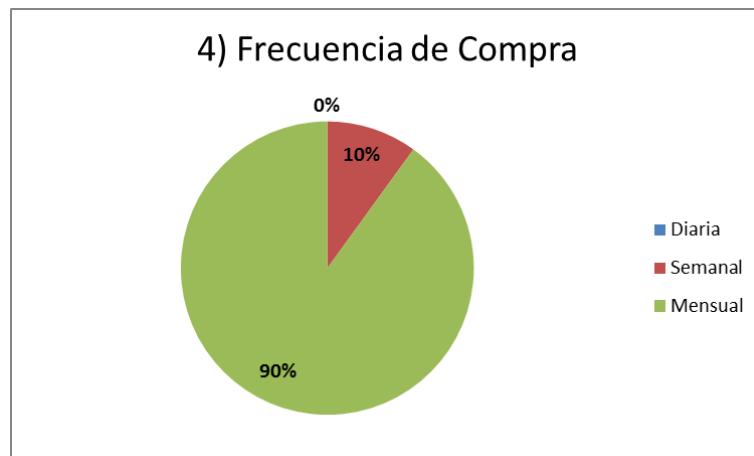
Según el presente gráfico muestra que los clientes con mayor poder de compra y posicionamiento para la empresa son de la zona de Quito con un 45%. Teniendo así mayor poder de compra entre los clientes de la región Sierra.

3. ¿Cuántos años lleva teniendo relaciones comerciales con la empresa Chem Master?



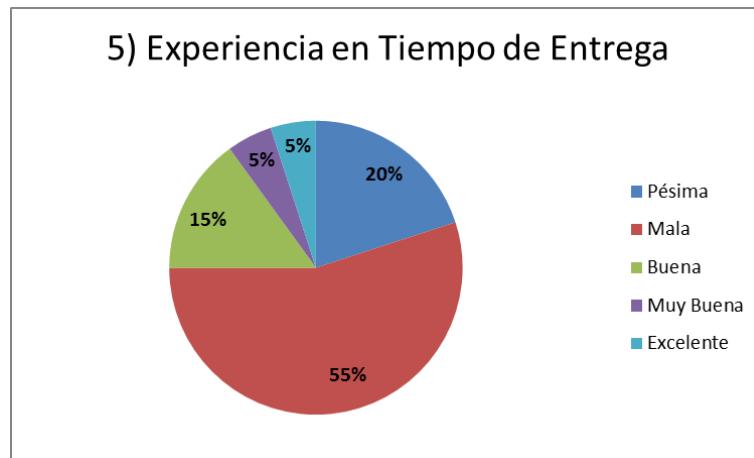
Según la presente pregunta de los años con los que llevan una estrecha relación comercial los consumidores de los productos de la empresa CHEMMASTER, se pudo tabular que la mayoría de los clientes existentes lleva más de 7 años realizando compras a la empresa.

4. ¿Con qué frecuencia realiza compra de nuestros productos?



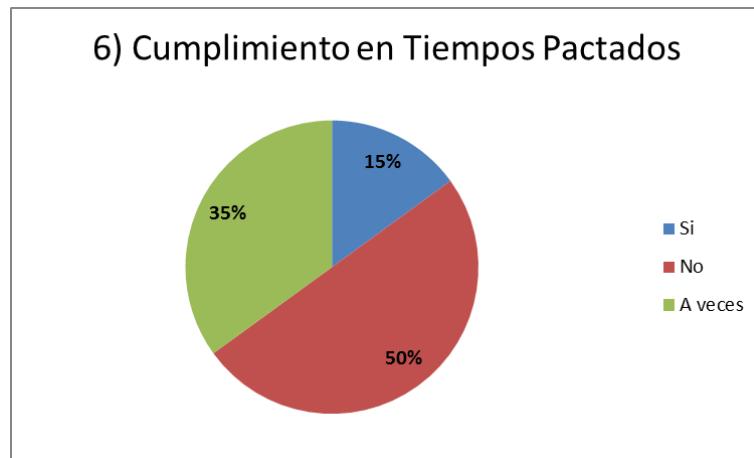
Según la tabulación de los clientes encuestados en la región Sierra, se pudo analizar que el 90% de ellos realiza compras mensualmente esto quiere decir que si se mejora el proceso logístico de la empresa se podría acaparar el mercado.

5. ¿Qué tal han sido sus experiencias en el tiempo de entrega de los productos?



Dada la pregunta 5 relacionada a la experiencia que han tenido los clientes con los tiempos de entrega, se pudo analizar que el 75% considera haber experimentado problemas, concentrando el 55% como una mala experiencia en los tiempos de entrega de la mercadería. Es decir, esto necesita ser solucionado de carácter urgente.

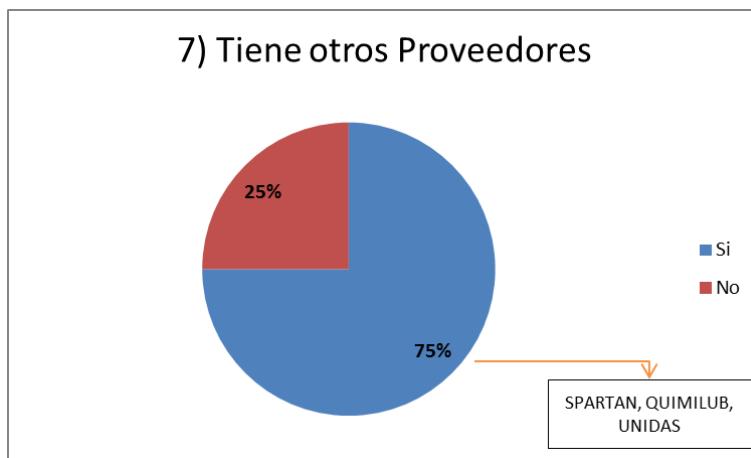
6. ¿La Empresa CHEMMASTER ha cumplido en los tiempos pactados con usted en entrega de mercaderías?



Según la pregunta 6 relacionada a los cumplimientos en los tiempos pactados de entrega de la mercadería que adquieren los clientes, se pudo analizar que al 50% de los clientes encuestados la empresa no cumplió con los tiempos de entrega ya pactados y el 35% contestó que a veces. Esto

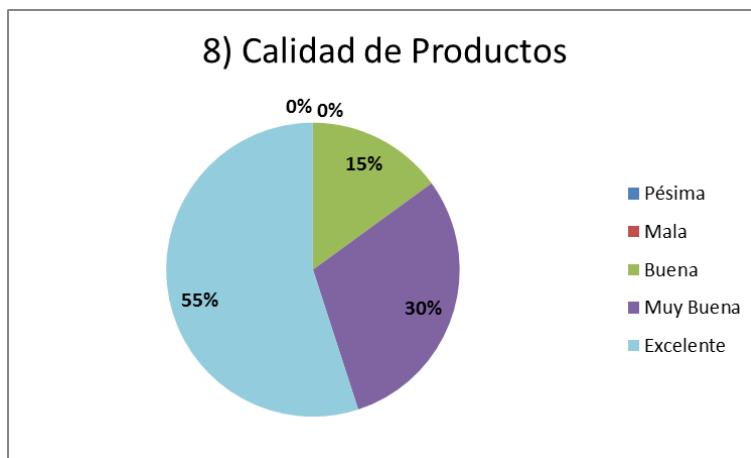
da como resultado, que la mayoría de las experiencias que han tenido los clientes en los servicios de entrega han sido realmente insatisfactorias.

7. ¿Tiene usted otros proveedores de productos químicos?



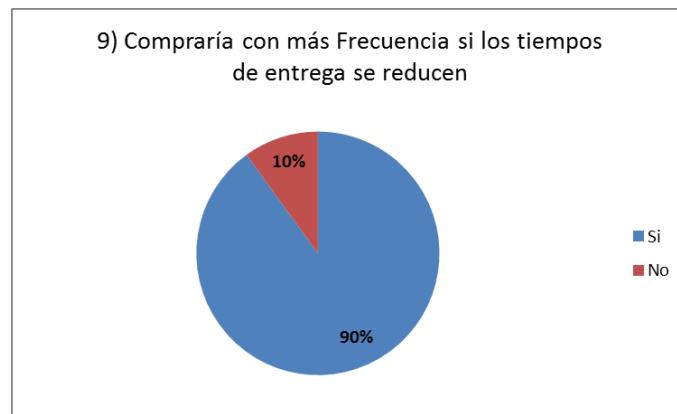
Dado el gráfico de la pregunta 7, se pudo hacer el análisis que el 75% de los clientes de la región Sierra cuentan con otros proveedores de productos químicos.

8. ¿En su opinión qué tal es la calidad de los productos de la empresa CHEMMASTER?



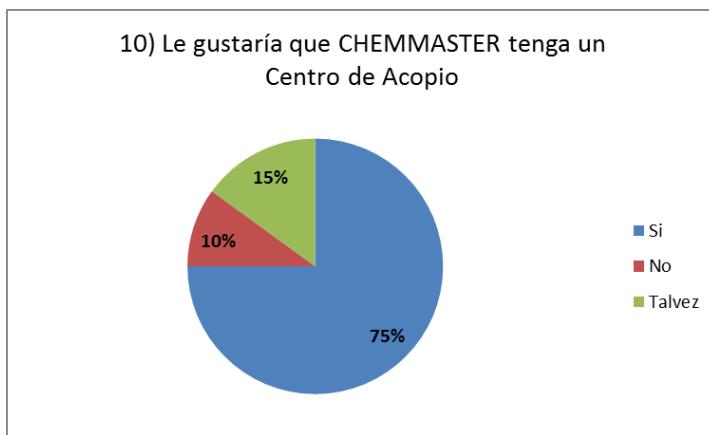
Según el grafico tabulado de la pregunta 8 la calidad de los productos que ofrece la empresa sujeto de estudio es en su mayoría del 55% excelente, esto da como resultado que la empresa tiene un excelente producto.

9. ¿Si la empresa haría una reingeniería en tiempos de entrega y cumpliría con los tiempos pactados de entrega de los productos, compraría usted con más frecuencia?



Dado el siguiente gráfico muestra que el 90% de los clientes comprarían los productos de la empresa sin dudarlo debido a la calidad que tiene cada uno de ellos. La tabulación de la pregunta 9 es sumamente clave para cambiar de inmediato los procesos de entrega a la región de la Sierra y crear un centro de acopio para lograr que los clientes se abastezcan de productos en el tiempo pactado y necesario.

10. ¿Le gustaría contar con un centro de acopio para que pueda obtener los productos que necesite a tiempo y en su ciudad?



Según la recopilación de información de los clientes encuestados se pudo lograr el análisis que el 75% de los clientes de la Sierra estarían satisfechos si la empresa tendría un centro de acopio para que ellos se puedan reabastecer del stock necesario en el tiempo necesario. Mientras que el 15% indicó que tal vez.

CAPÍTULO III

3. PROPUESTA - ESTRATEGIAS PARA LA DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS QUÍMICOS DE LA EMPRESA CHEM MASTER CÍA. LTDA.

En esta parte final del proyecto de investigación, se desarrolla la estrategia para la distribución dentro de los procesos macro entre las siguientes áreas:

- a. Área de toma y elaboración de pedidos (Telemarketing/ Facturación)
- b. Área de Producción de productos (Producción/Bodega/Jefe de Producción)
- c. Área de Entrega (Despacho/Facturación)

Una vez identificadas las fallas de los procesos que se desarrollan en la actualidad detallados en el Capítulo II y con base a los conceptos y definiciones descritos en el Capítulo I, se propone realizar el proceso de implementar estrategias en el macro proceso administrativo de recepción de pedido, manufactura de productos y entrega del pedido de la empresa analizada.

Luego de realizar las mejoras internas en la organización, de llevar a cabo crear el centro de acopio (bodega), se podrá satisfacer la demanda actual en la zona de la región Sierra ya que como se pudo identificar en las encuestas realizadas a los clientes de esas zonas

3.1 PROCESOS SUJETOS A MEJORAS

Luego de haber identificado las fallas en los procesos actuales y con base en las definiciones ya dadas en el Capítulo I sobre logística y distribución se ha rediseñado el proceso actual de distribución y logística de la empresa sujeto de estudio.

A continuación, se detalla la narrativa del proceso:

1. El Cliente en conjunto con el asesor de la empresa realizan el pedido de los productos que requiere el cliente con las especificaciones técnicas y cantidades requeridas.
2. El Cliente y el asesor ejecutan la revisión del pedido confirmando:
 - a. Especificaciones técnicas de lo que el cliente este requiriendo.
 - b. Cantidades y presentaciones de los productos: galón, litro, caneca o tanque.
 - c. Precios pactados entre las partes.
 - d. Fechas de entregas parciales o totales del pedido
3. El asesor y el encargado del área de facturación y despacho realiza el proceso “nota de pedido” que consiste en verificar los puntos detallados en el punto anterior para dejar lista la “orden de producción” que pasará al área de producción.
 - a. Si no existe ninguna variación en la revisión de la “nota de pedido” se genera la “orden de producción” para el área de producción y despacho.
 - b. Si llega a existir novedad en la revisión, se vuelve a verificar el pedido con el cliente para corregir los detalles errados.
4. El jefe del departamento de producción elabora la asignación de la “orden de pedido” para la elaboración del pedido realizado por el cliente (quien será el responsable de elaborar y terminar de producir el pedido).
5. El departamento de producción hace una exhaustiva revisión interna de la orden de trabajo con el objetivo de identificar alguna novedad en la misma (Con la reconfirmación de la nota del pedido, para así agilizar la elaboración del pedido).

6. El departamento de producción-despacho confirma al área de facturación de pedidos el OK (recibido) y da inicio al proceso de producción de la orden de pedido.
7. El departamento de facturación de pedido recibe la confirmación del departamento de producción del inicio de la producción de la “orden del trabajo” con base al pedido.
8. El departamento de facturación da por cerrado el pedido a nivel interno de la compañía, teniendo pleno conocimiento de que el mismo está siendo atendido y terminado por el área de producción (el pedido solo se da por cerrado de manera definitiva al momento de realizar la entrega final hacia el cliente).
9. El área de facturación procede a crear la factura.
10. El jefe del departamento de producción realiza el control de calidad, el objetivo del mismo es el de garantizar la calidad del producto final.
11. El jefe del departamento de producción notifica al área de facturación-despacho del producto terminado.
12. El departamento de facturación y despacho revisa las cantidades requeridas por el cliente vs. la “orden de pedido”, garantizando que la entrega sea satisfactoria hacia el cliente final.
13. Se notifica al cliente final sobre el pedido realizado, se retroalimenta sobre los productos terminados (asesoría técnica) con base al pedido elaborado, con el objetivo de mejorar considerablemente la satisfacción del cliente.
14. Fin del proceso.

3.2 OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIAS PARA LA DISTRIBUCION.

Según el detalle que fue expuesto en el punto anterior “PROCESOS SUJETOS A MEJORAS” se tiene como objetivo fundamental lo siguiente:

1. Satisfacción del cliente.
 2. Mejorar la percepción del cliente sobre la atención de sus órdenes de compra (nota de pedido).
 3. Incrementar las ventas, solo con mejorar la logística interna y externa de la entrega de pedidos a la región de la Sierra se logrará lo propuesto.
 4. Mejorar las relaciones interpersonales entre los empleados de las áreas de la organización.
 5. Crear una filosofía interna de mejora continua de los procesos y atención al cliente.

3.3 TÉCNICAS APLICADAS EN EL PROCESO DE ESTRATEGIAS PARA LA DISTRIBUCIÓN.

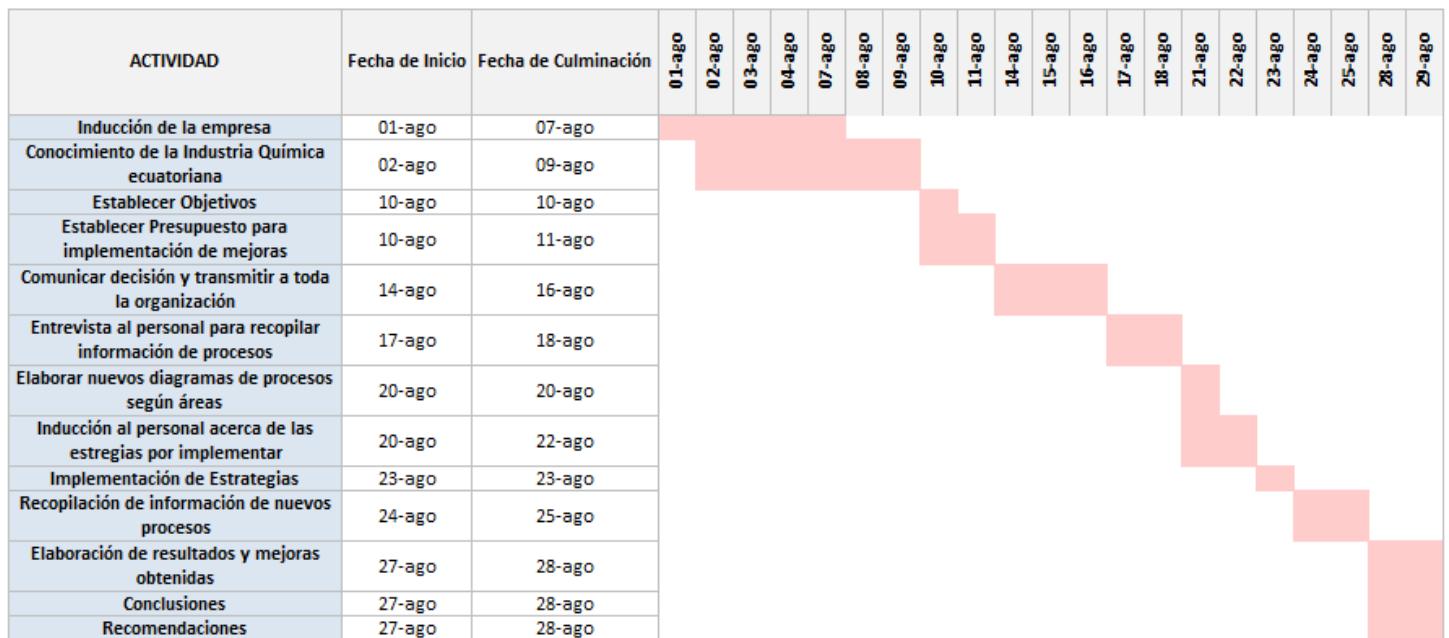
Basado en las definiciones de diferentes autores detallados en el Capítulo I de este documento más el proceso de investigación (entrevista y encuestas).



Fuente: ISO 9001-2015
Elaborado por: Katerine Alvarado Litardo.

3.4 TIEMPO DE EJECUCIÓN

El proceso para la implementación de las estrategias de la distribución tomará 21 días, teniendo previsto que se inicie. De ser aprobado, el 01 de agosto del 2017 se empezará a llevar a cabo. A continuación se presenta un diagrama de Gantt donde se muestra el avance que tendrán las estrategias en cada uno de los procesos internos de la empresa sujeto de estudio.



Fuente: Katerine Alvarado Litardo

4 CONCLUSIONES

Una vez descrito el análisis realizado en la empresa fabricante de productos químicos ubicada en la ciudad de Guayaquil, se puede llegar a las siguientes conclusiones:

- El estudio realizado nos permite reconocer las etapas que debe tener el proceso de comercialización en una empresa para que sea óptimo, la competitividad actual exige que se deben tomar acciones para mejorar la eficiencia de cara a los clientes.
- La situación actual en la logística de la empresa CHEMMASTER CIA. LTDA. tiene puntos en los que se debe trabajar a fin de mejorar los tiempos que actualmente manejan en las entregas realizadas en la región Sierra, esto perjudica la experiencia de los clientes y ocasiona pérdidas de clientes potenciales.
- Es necesario establecer estrategias que ayuden a mejorar los tiempos que actualmente son excesivos en la región Sierra, la implementación de estrategias beneficiará a la empresa atrayendo a nuevos cliente e incentivando a sus clientes actuales a incrementar sus pedidos.

5 RECOMENDACIONES

La presente investigación es un inicio del trabajo que se debe realizar en la empresa objeto de estudio. Con base en ello se formulan las siguientes recomendaciones:

- Establecer un flujo de procesos para controlar que cada etapa cumpla con el tiempo acordado de ejecución, especialmente enfocado en la comercialización de productos a la región Sierra.
- Instaurar tiempo de ejecución en cada etapa del proceso, controlar que los tiempos se cumplan y bitacorizar cada evento que se presente que pueda retrasar los tiempos en cada etapa.
- Crear un Centro de Acopio en la región Sierra para reducir los tiempos de entrega de mercadería en estos sectores del país, mejorando la experiencia que actualmente tienen sus clientes y atrayendo a potenciales clientes por el tiempo de ejecución reducido.

La propuesta beneficia a la empresa y a los clientes que se encuentran en la región Sierra, tanto a nivel de reducción de tiempos de entrega como en rapidez en la toma de pedidos, sin embargo, se recomienda establecer propuestas que beneficien el proceso administrativo actual a fin de automatizar procesos que actualmente se realizan de forma manual.

6 BIBLIOGRAFIA

- Acevedo, J. A. (2011). Logística moderna y la competitividad empresarial. En J. A. Acevedo, *Logística moderna y la competitividad empresarial*. Cuba.
- Acosta, J. S. (2008). *Administración de Almacenes y Control de Inventarios*. México: GASCA.
- Ballou, R. H. (2004). Logistica Administracion de la cadena de suministro. In R. h. Ballou, *Logistica Administracion de la cadena de suministro* (quinta edicion ed., p. 789). United States: Pearson Educación.
- Castro, M. C. (2003). Administración de la cadena de suministro. En M. C. Castro, *Administración de la cadena de suministro*. Tegucigalpa.
- Cultural, D. d. (1999).
- Guedes, R. E. (s.f.). *Administración Técnica de Bodegas*. Obtenido de Cámara de Industrias de Guayaquil:
<http://www.industrias.ec/archivos/file/SEMINARIOS/OCTUBRE/CURSO%20BODEGAS%20OCTUBRE.pdf>
- Hernandez, R., & Baptista, P. (2014). *Metodologia de la Investigacion*. Mc Graw Hill Education.
- Lamb Charles, H. J. (2002). *Marketing*. International Thomson Editores S.A.
- Marketing Power, Dictionary of Marketing Terms*. (abril de 25 de 2017). Obtenido de marketingpower.com
- Normalización, I. e. (2013). *Ministerio del Ambiente*. Obtenido de
<http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/05/NTE-INEN-2266-Transporte-almacenamiento-y-manejo-de-materiales-peligrosos.pdf>
- Paz, R. C., & Gómez, D. G. (2013). Logistica Empresarial. *Administracion de las Operaciones*; , 57.
- Pérez, D. (2006). Modelo y procedimientos para el Control de Gestión en elementos de la Cadena de Suministro. En D. Pérez, *Modelo y procedimientos para el Control de Gestión en elementos de la Cadena de Suministro*. Cuba.
- RAE . (22 de Abril de 2017). *Real Academia Española*. Obtenido de rae.es
- (2014). Real Academia Española. In A. d. Lengua. España: 23 ava edicion.
- Sabino, C. (1992). Proceso de la Investigacion. En C. Sabino. Caracas: Ed Panamericana.

- Sánchez, L. G. (2004). Investigación exploratoria de la gestión de aprovisionamiento. En L. G. Sánchez, *Investigación exploratoria de la gestión de aprovisionamiento*.
- Serrano, M. J. (2014). *Logística de Almacenamiento*. Paraninfo S.A.
- Tamayo, M. T. (2004). Proceso de la Investigacion Descriptiva. En *Proceso de la Investigacion Descriptiva* (pág. 35). REPINT-Limusá.
- UNID Universidad Interamericana de Desarrollo. (2003). *Estrategia de Canales de Distribucion*, 11.

ANEXOS

ENTREVISTA A JEFES DE ÁREAS

Preguntas	Jefe de Facturación y Ventas	Jefe de Producción	Jefe de Despacho	Supervisor de Entrega
¿Cuántas personas laboran en el área de recepción de pedidos?	6	6	6	6
¿Posee actualmente alguna estructura organizacional estas áreas?	Sí, son supervisadas por los jefes de producción y ventas	Si, los supervisamos nosotros	Si	Si
¿Cuán repetitivo o con qué frecuencia se ejecuta este proceso para lo(s) empleado(s) de esta área?	Depende de la demanda	Según la demanda de los clientes	Depende de la temporada	A veces es mucha, pero en otras épocas es bajo.
¿Cuántos pedidos normalmente se realizan a diario para la zona de la región sierra?	Como promedio unos 6.	Depende mucho de la temporada.	Un promedio de 7	No contesta
¿Los empleados que receptan los pedidos participan en algún proceso de capacitación al ingresar a la organización sobre los productos fabricados y llenados?	Si	Si	Si	Si
¿Qué tan respaldados se sienten los empleados del área analizada de sus supervisores o jefes?	Se sienten respaldados	Se sienten respaldados	Se da el respaldo necesario	Si existe
¿Siente algún rechazo o descontento hacia el trabajo repetitivo?	No	No	No	No

ENTREVISTA A CLIENTES

1. Rango de edad

- 25-30
- 31-40
- 41-50
- 50 en adelante

2. ¿En qué ciudad se encuentra?

Quito ____

Ambato ____

Cuenca____

Otros ____

3. ¿Cuántos años-meses lleva teniendo relaciones comerciales con la empresa Chem Master?

1 a 2 años ____

3 a 4 años ____

5 a 6 años ____

7 a más ____

4. ¿Con que frecuencia realiza compra de nuestros productos?

Diaria ____

Semanal ____

Mensual ____

5. ¿Qué tal han sido sus experiencias en el tiempo de entrega de los productos?

Pésima ____

Mala ____

Buena ____

Muy Buena ____

Excelente ____

6. ¿La Empresa CHEMMASTER ha cumplido en los tiempos pactados con usted en entrega de mercaderías?

Si ____

No ____

A veces ____

7. ¿Tiene usted otros proveedores de productos químicos?

Si ____

No ____

¿Cuáles? ____

8. ¿En su opinión que tal es la calidad de los productos de la empresa CHEMMASTER?

Pésima ____

Mala ____

Buena ____

Muy Buena ____

Excelente ____

9. ¿Si la empresa haría una reingeniería en tiempos de entrega y cumpliría con los tiempos pactados de entrega de los productos, compraría usted con más frecuencia?

Si ____

No ____

10. ¿Le gustaría a usted contar con un centro de acopio para que usted pueda obtener los productos que necesite a tiempo y en su ciudad?

Si

No

Tal vez