

CAPITULO II

INVESTIGACIÓN DE CAMPO, SOBRE LA APLICACIÓN DE LA LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN, EN LAS EMPRESAS COMERCIALES DEDICADAS A LA COMERCIALIZACIÓN DE ELECTRODOMÉSTICOS, ALEDAÑAS A LA PRIMERA ETAPA DE CONSTRUCCIÓN DEL ANILLO PERIFÉRICO

2.1. Objetivo de la investigación

2.1.1 Objetivo de la Investigación

- Realizar una investigación para conocer la situación actual sobre la aplicación de la logística y distribución, así como los canales de distribución utilizados en las empresas comerciales ubicadas en el primer tramo de construcción del anillo periférico que poseen flota de distribución.

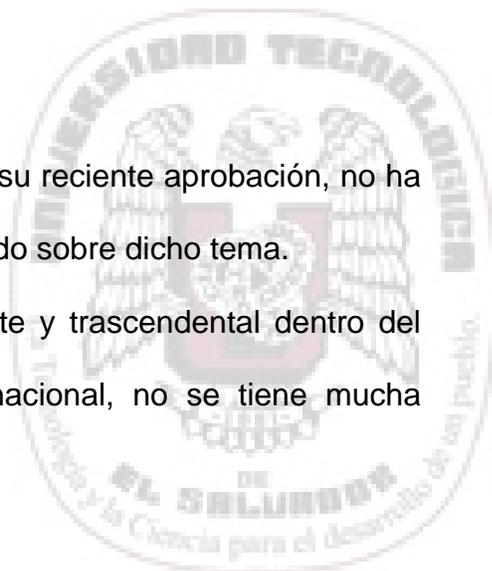
2.2 Metodología de la investigación

La metodología a implementar para la investigación de campo, fue la siguiente.

2.2.1 Tipo de investigación.

El tipo de investigación fue exploratoria, debido a su reciente aprobación, no ha sido tomado en cuenta antes para investigar a fondo sobre dicho tema.

El anillo periférico a pesar que es muy importante y trascendental dentro del comercio y distribución de productos, a nivel nacional, no se tiene mucha



información sobre el mismo.

2.2.2 Descripción de las unidades de análisis.

Las unidades de análisis propuestas para la investigación, son las empresas comerciales que poseen flota de distribución, aledañas a la construcción de la primera etapa del anillo periférico en El Área Metropolitana de San Salvador.

2.2.3 Sujetos de estudio.

Los sujetos de estudio de la investigación se dividen en dos grupos:

- 1º. Personal administrativo encargado de logística y distribución de las empresas comerciales que se dedican a la distribución de electrodomésticos.
- 2º. Los gerentes de logística y distribución de las bodegas de las empresas comerciales que se dedican a la distribución de electrodomésticos.

2.2.4 Universo.

El universo esta constituido por:

- 1º. Las empresas comerciales que se dedican a la venta y distribución de electrodomésticos aledañas a la construcción de la primera etapa del anillo periférico, que poseen flota de distribución.
- 2º. Las bodegas de las empresas comerciales que se dedican a la venta y distribución de electrodomésticos aledañas a la construcción de la primera etapa de la carretera del anillo periférico.



2.2.5 Población.

La población está conformada por las grandes empresas comerciales dedicadas a la venta y distribución de electrodomésticos. Que se encuentran ubicadas en la construcción de la primera etapa de la carretera del anillo periférico. Las cuales fueron :

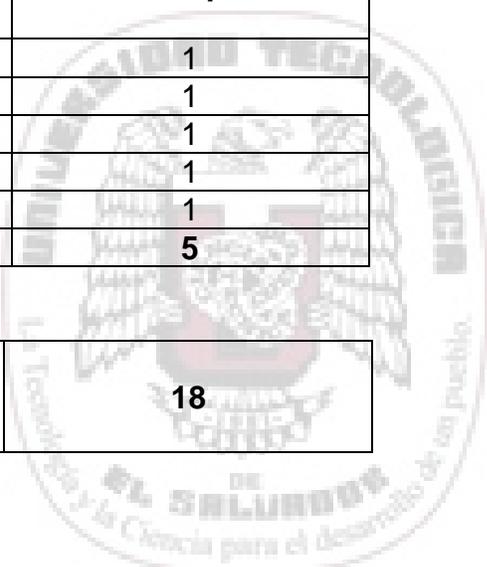
Población 1

Personal de logística y distribución de las empresas aledañas a la construcción de la primera etapa de la carretera del anillo periférico, que poseen flota de distribución.	No de empresas.
Omnisport	2
Prado	3
El Remate	1
Sovipe	1
La Curacao	3
Almacenes Tropigas	1
Prisma Hogar	1
Electrópolis	1
Total	13

Población 2

Gerentes de las bodegas aledañas a la construcción de la primera etapa de la carretera del anillo periférico.	No de empresas.
La Curacao	1
Prisma Hogar	1
Mabe	1
Capri	1
Cetron	1
Total	5

Total población 1 y población 2	18
--	-----------



2.2.6 Método.

Para el estudio se realizó el método de CENSO, considerándose para tal caso el 100% de las empresas que se encuentran aledañas a la construcción de la primera etapa de la carretera del anillo periférico.

2.2.7 Técnicas de Recolección y Procesamiento de la Información.

Las técnicas que se usaron para la recolección de la información fueron las siguientes:

2.2.7.1 Fuentes de recolección de la información.

Para la recolección de la información, se utilizaron las fuentes primarias y secundarias siguientes.

- Primarias: Personal administrativos del departamento de logística y distribución, de las diferentes empresas que posean flota de distribución, aledañas a la construcción de la primera etapa de la carretera del anillo periférico
- Secundarias: Recopilación de información sobre logística, distribución, JAT, y el anillo periférico en Internet, y en entes que posean la información necesaria e importante de éstas.



2.2.7.2 Técnicas de Recolección de datos.

La entrevista semiestructurada, fue una de las técnicas a utilizar, para la recolección de información, que sirvió como base para un mejor análisis de la información, y conocer el entorno en el que se desarrollan las empresas actualmente.

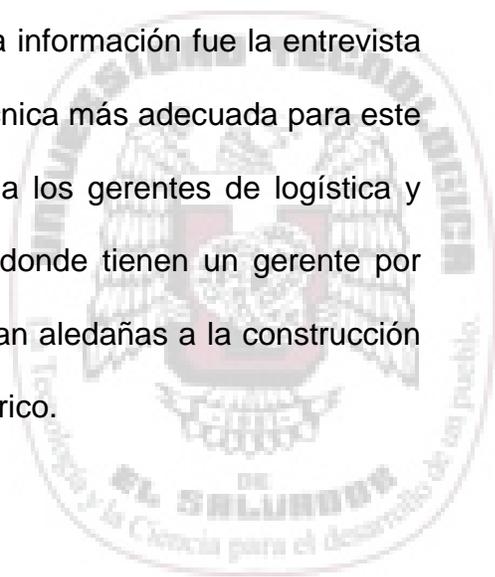
También se utilizó el cuestionario, que sirvió para medir los indicadores a estudiar.

2.2.8 Instrumento de la investigación.

Para obtener una mejor información, se utilizó un cuestionario del cual se obtuvo información de las personas involucradas en el área de logística y distribución de las empresas y una guía de entrevista, para los gerentes de logística y distribución de las empresas, que ayudaron a dar una mejor comprensión a la investigación.

2.2.9 Diseño de la Entrevista.

La técnica que se utilizó para la recolección de la información fue la entrevista semiestructurada, considerando que esta es la técnica más adecuada para este tipo de investigación, dicha técnica fue aplicada a los gerentes de logística y distribución, siendo únicamente cinco empresas donde tienen un gerente por cada departamento y cuyas bodegas se encuentran aledañas a la construcción de la primera etapa de la carretera del anillo periférico.



2.2.10 Diseño del Cuestionario.

Para este caso, se hizo una lista de preguntas ordenadas, secuenciales y coherentes, de acuerdo a los indicadores que se eligieron para medir las variables involucradas en los objetivos, y éstas fueron aplicadas directamente a los encuestados.



PRESENTACION DE RESULTADOS

CUESTIONARIO

DIRIGIDO AL PERSONAL OPERATIVO DEL AREA DE

LOGISTICA Y DISTRIBUCION DE LAS EMPRESAS

DEDICADAS A LA COMERCIALIZACION DE

ELECTRODOMESATICOS, ALEDAÑAS A LA PRIMERA

ETAPA DE CONSTRUCCION DEL ANILLO PERIFERICO.

(La Curacao 3, Prisma Hogar 1, Sovipe 1, Tropigas 1,

Electropolis 1, Prado 4, Omnisport 2)



- ¿ Qué tipo de flota de vehículos para la distribución de sus productos posee su empresa?.

Objetivo.

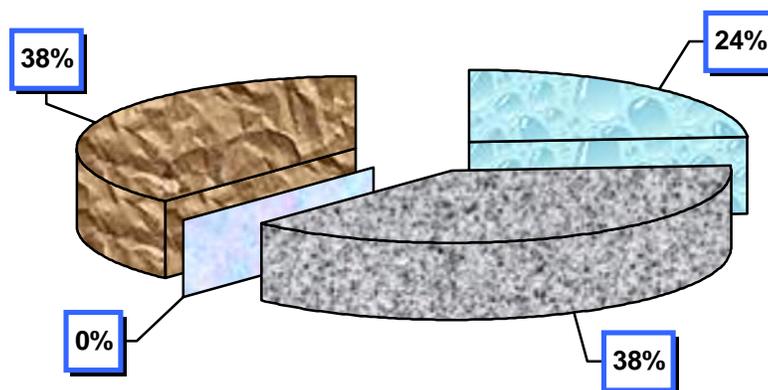
Conocer si las empresas poseen flota de distribución propia o tiene que subcontratar.

Tabla de distribución de frecuencia No1

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Propio	3	24
Subcontratado	5	38
Otro	0	0
Propio y subcontratado	5	38
TOTAL	13	100

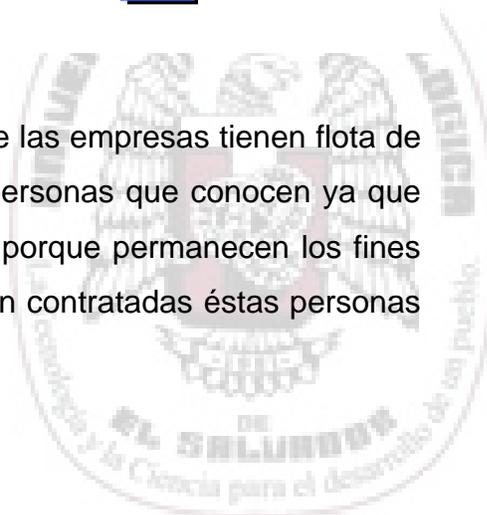
Tipo de Flota de Distribución

■ Propio ■ Sub contratado ■ Otro ■ Propio y Sub contratado



Análisis:

Entre los datos obtenidos, se ve que la mayoría de las empresas tienen flota de distribución subcontratado, utilizan pick UPS de personas que conocen ya que son recomendadas por los empleados ó también porque permanecen los fines de semana cerca de las tiendas y es así como son contratadas éstas personas para que realicen los viajes necesarios.



2. ¿ Posee su empresa un diseño de logística que coordine adecuadamente la ruta que lleva la flota de distribución?.

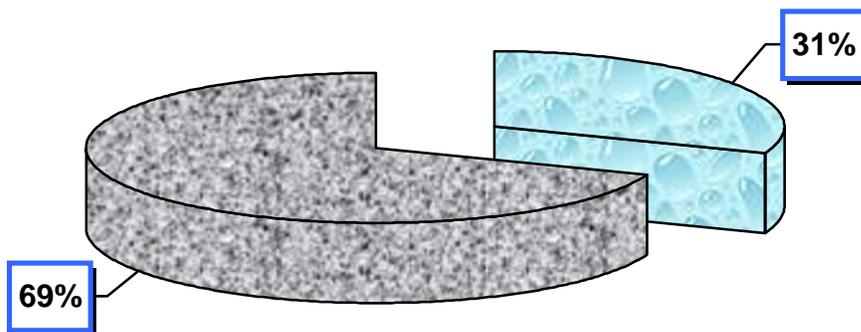
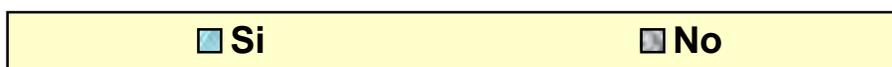
Objetivo.

Determinar si las empresas cuentan con un plan que coordine la ruta que lleva cada distribuidor.

Tabla de distribución de frecuencia No 2

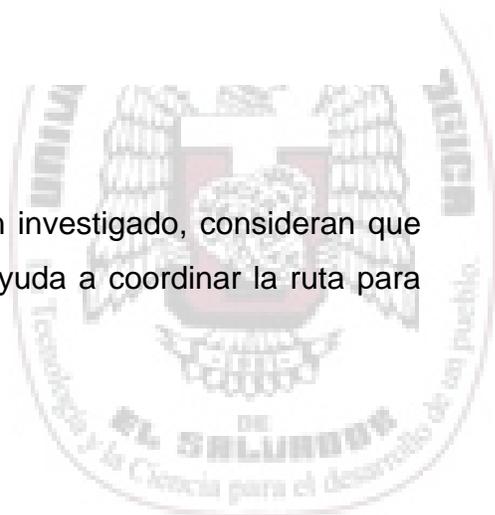
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	31
No	9	69
TOTAL	13	100

Diseño adecuado de Logistica



Análisis:

El mayor porcentaje de las empresas que se han investigado, consideran que no poseen un buen diseño de logística que les ayuda a coordinar la ruta para trasladar la mercadería de un lugar a otro.



3. ¿ Considera que su empresa tiene problemas por los procedimientos aplicados al plan de logística y distribución que posee actualmente?.

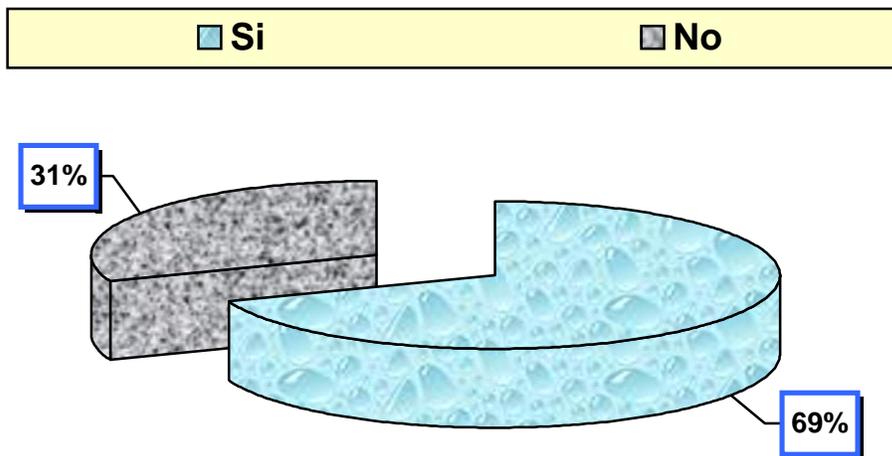
Objetivo.

Conocer si existen o no problemas dentro de las empresas en los procedimientos de logística y distribución que éstas utilizan.

Tabla de distribución de frecuencia No 3

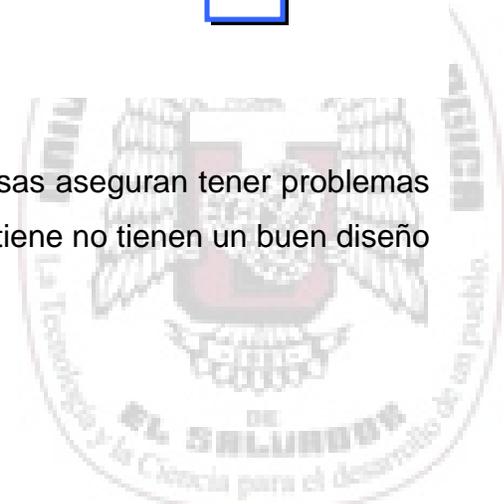
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	9	69
No	4	31
TOTAL	13	100

Problemas en Procedimientos de Distribución



Análisis:

Se puede observar que en su mayoría las empresas aseguran tener problemas con los procedimientos de distribución, dado que tiene no tienen un buen diseño de logística que los respalde.



4. ¿Qué tipo de canales de distribución utilizan actualmente?.

Objetivo.

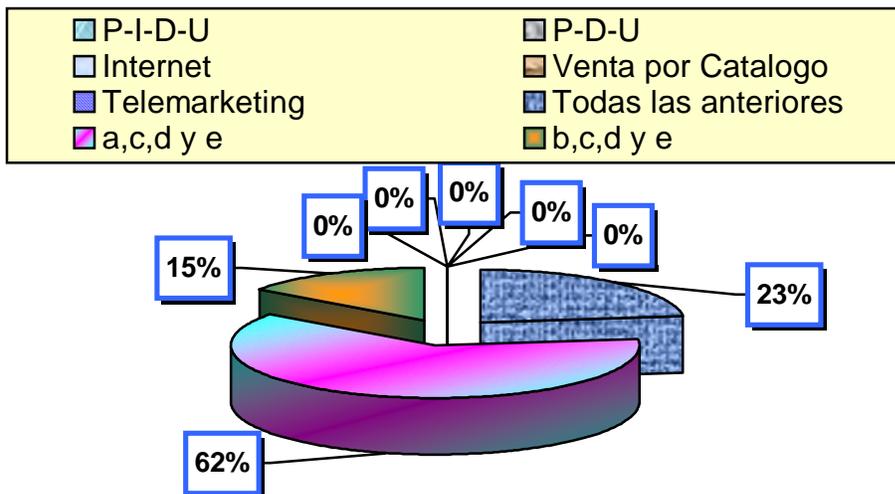
Conocer si los clientes están satisfechos, con los canales de distribución utilizados por estas empresas, para llevar sus mercaderías.

Tabla de distribución de frecuencia No 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
a. Productores – Intermediarios – Distribuidores – Usuario	0	0
b. Productores – Distribuidores – Usuario	0	0
c. Internet	0	0
d. Venta por Catalogo	0	0
e. Telemarketing	0	0
f. Todas las anteriores	3	23
g. Alternativas a, c, d y e.	8	62
h. Alternativas b, c, d y e.	2	15
TOTAL	13	100



Tipo de Canales de Distribución que Utiliza



Análisis:

El camino que las diferentes empresas utilizan para llegar al usuario, esta constituido por una serie de empresas y personas comúnmente llamadas intermediarios, y estos son quienes realizan la función de distribución hacia los puntos de venta.

Las empresas tienen diferentes tipos de canales de distribución, entre estas podemos mencionar: Internet, venta por catalogo, telemarketing con la finalidad de llegar al cliente o usuario, utilizan también como canales. Productores - Intermediarios - Distribuidores llegando a los usuarios.



5. ¿ De acuerdo a las políticas de logística que posee, sus clientes se encuentran satisfechos con los canales de distribución que utilizan actualmente?.

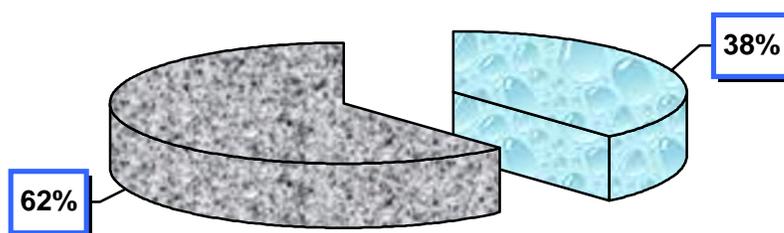
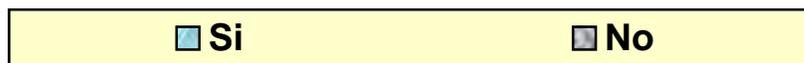
Objetivo.

Determinar si los clientes se encuentran satisfechos con los canales de distribución utilizados por estas empresas, para la distribución de sus mercaderías.

Tabla de distribución de frecuencia No 5

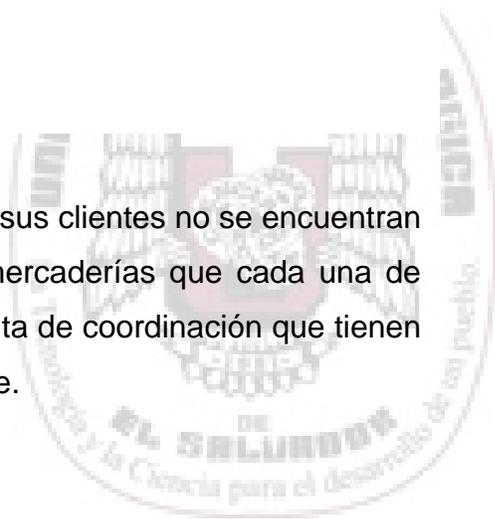
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	38
No	8	62
TOTAL	13	100

Cientes Satisfechos



Análisis:

Las empresas al parecer tienen conocimiento que sus clientes no se encuentran satisfechos por la forma de distribución de las mercaderías que cada una de ellas posee actualmente, debido a los atrasos y falta de coordinación que tienen para organizarse y distribuir los productos al cliente.



6. ¿ Existe una comunicación adecuada entre las áreas involucradas para el manejo del despacho de la mercadería?.

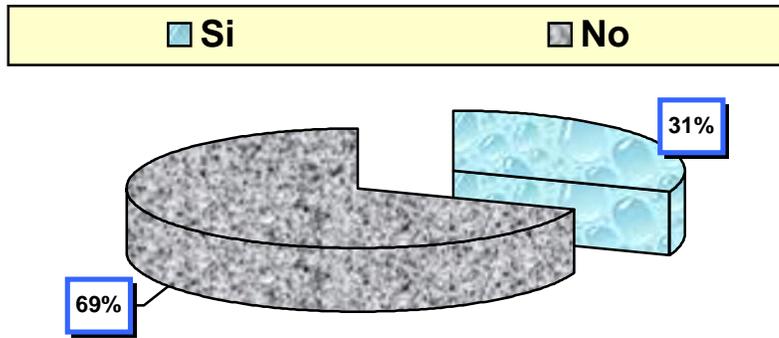
Objetivo.

Conocer si existe una comunicación eficiente entre las personas que se dedican al despacho de la mercadería.

Tabla de distribución de frecuencia No 6

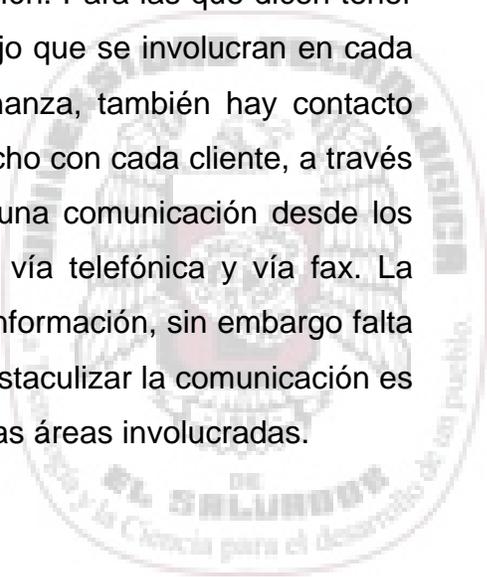
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	31
No	9	69
TOTAL	13	100

Buena Comunicación en áreas involucradas



Análisis:

Son pocas las empresas que tienen una comunicación adecuada entre las áreas involucradas para hacer una buena distribución. Para las que dicen tener una buena comunicación forman equipos de trabajo que se involucran en cada venta realizada, desde el gerente hasta el ordenanza, también hay contacto entre el gerente de venta y el supervisor de despacho con cada cliente, a través de la informática por medio de red se mantiene una comunicación desde los puntos de venta hasta la bodega, así como por vía telefónica y vía fax. La conformación de comités ayuda a la fluidez de la información, sin embargo falta mejorar algunos procesos. Un factor que puede obstaculizar la comunicación es la diferencia de caracteres entre los miembros de las áreas involucradas.



7. ¿ Cómo considera que su empresa realiza la función de transporte en la distribución de sus productos?.

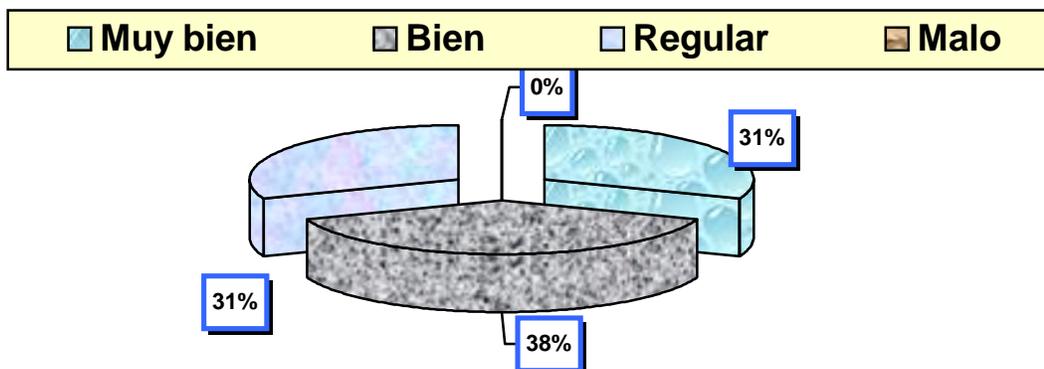
Objetivo.

Evaluar como la empresa cataloga la función de transporte que realiza para la distribución de sus mercaderías.

Tabla de distribución de frecuencia No 7

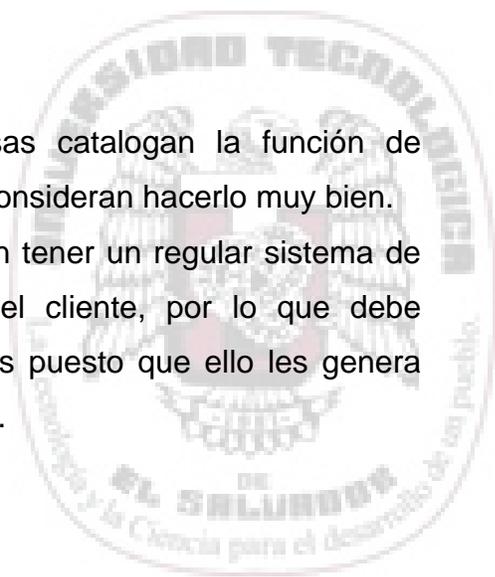
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bien	4	31
Bien	5	38
Regular	4	31
Malo	0	0
TOTAL	13	100

Como realiza la función de Distribución



Análisis:

Del total de encuestas la mayoría de empresas catalogan la función de transporte como bien, siendo una minoría la que consideran hacerlo muy bien. Sin embargo algunas de las empresas consideran tener un regular sistema de transporte que distribuya la mercadería hacia el cliente, por lo que debe prestársele la atención debida a dichas empresas puesto que ello les genera disminución en las ventas y proyecta mala imagen.



8. ¿ Qué factores considera usted que afectan el incremento de los costos de distribución para el traslado de las mercaderías, en el Área Metropolitana de San Salvador?.

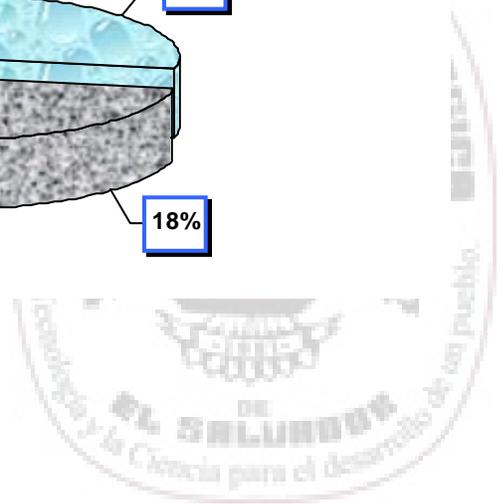
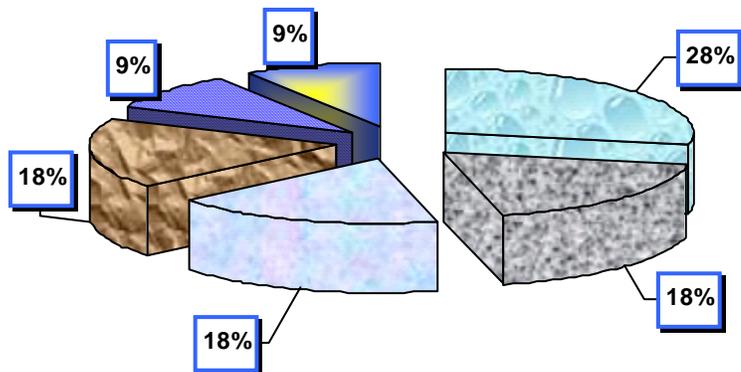
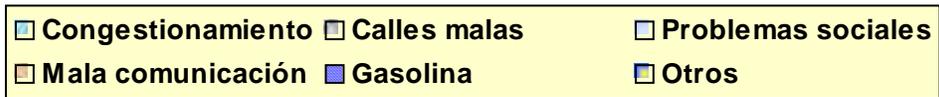
Objetivo.

Determinar que variables intervienen en la decisión de aumentos en los costos de distribución que las empresas experimentan por el traslado de la mercadería.

Tabla de distribución de frecuencia No 8

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Congestionamiento	6	28
Calles malas	4	18
Problemas sociales	4	18
Mala comunicación	4	18
Gasolina	2	9
Otros	2	9
TOTAL	22	100

Factores que Incrementan los Costos de Distribución



Análisis:

Existen una serie de factores que dificultan la función de distribución, entre éstas se menciona el trafico exagerado que existe en diferentes arterias de la capital, la falta de vías de acceso, problemas sociales que afectan el tránsito libre, cuando no hay existencia de mercadería en bodega y se tiene que pedir a las diferentes tiendas, la falta de señalización en algunas calles, el mal estado de éstas, la falta de coordinación entre los involucrados para la realización de la función de distribución, la falta de comunicación entre el cliente y la empresa, todo esto conlleva a que los costos de distribución muchas veces se vean incrementados.

- 9. ¿ Su empresa realiza investigaciones de mercado para obtener información de lo que el cliente necesita y no vender lo que ustedes tienen?.

Objetivo.

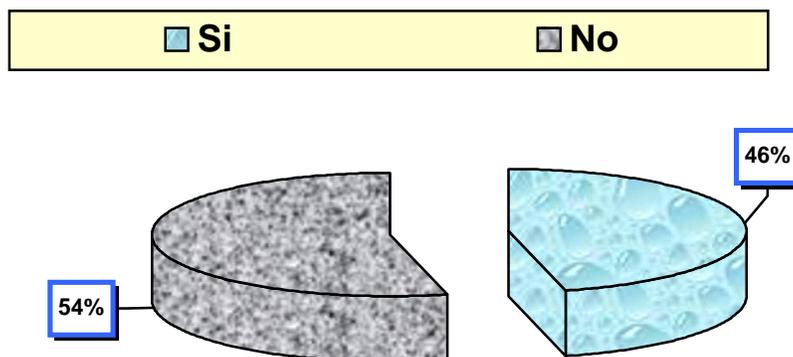
Conocer si las empresas realizan investigaciones de mercado para conocer las necesidades de sus clientes.

Tabla de distribución de frecuencia No 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	6	46
No	7	54
TOTAL	13	100



Realiza Investigación de Mercados



Análisis:

Un poco más del 50% de las empresas no realizan investigaciones de mercados, para conocer que es lo que el cliente necesita y poder satisfacer sus necesidades, las que si realizan lo hacen a través de monitoreos a diario, telemarketing, focus group, sondeos de mercado para investigar precios y productos, todo ello con la finalidad de conocer cuales son las necesidades que el cliente tiene.



10. ¿ Conoce usted la técnica Justo a Tiempo?.

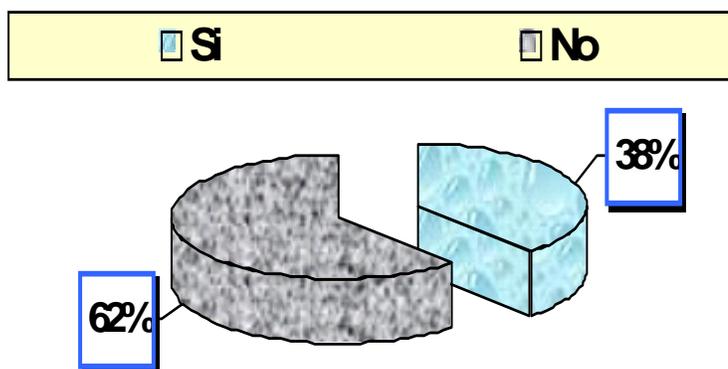
Objetivo.

Saber si tienen conocimiento de la técnica Justo a Tiempo.

Tabla de distribución de frecuencia No 10

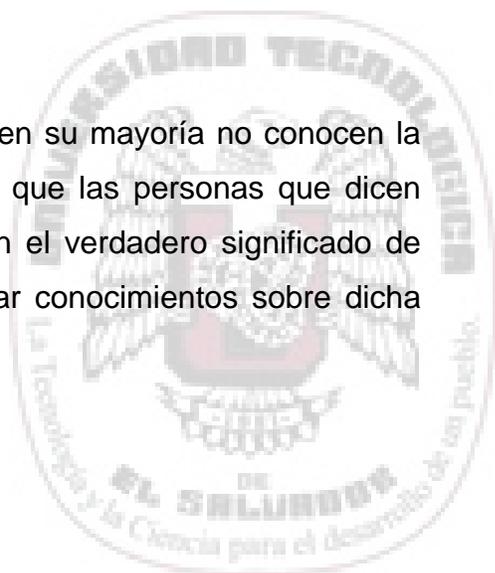
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	38
No	8	62
TOTAL	13	100

Conoce la Técnica Justo a Tiempo



Análisis:

Del total de encuestas se puede determinar que en su mayoría no conocen la técnica justo a tiempo. Sin embargo el concepto que las personas que dicen conocerla muchas veces no está de acuerdo con el verdadero significado de éste, es decir que se necesitan reforzar o ampliar conocimientos sobre dicha técnica.



11. ¿ Conoce usted el propósito de la técnica Justo a Tiempo?.

Objetivo.

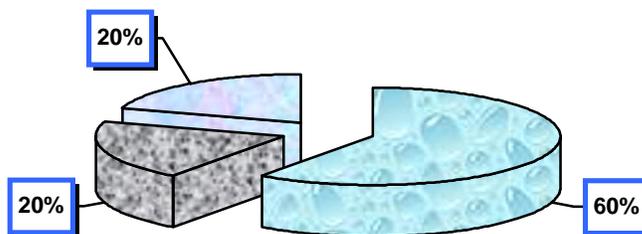
Determinar si tiene conocimiento de los propósitos de la técnica Justo a Tiempo.

Tabla de distribución de frecuencia No 11

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Menos costos, manejo de inventario y satisfacción al cliente.	3	60
Incremento en compra y venta.	1	20
Satisfacción al cliente	1	20
TOTAL	5	100

Propósitos del Justo a Tiempo

- Menor costo de almacenamiento y manejo de inventario
- Satisfacción del Cliente
- Incremento en compra y venta



Análisis:

Para la mayoría de las empresas la disminución de costos, manejo de inventario y satisfacción del cliente son algunos de los propósitos que posee la técnica justo a tiempo, sin embargo existen otros propósitos como incrementos en compra y venta, los cuales ayudan a que se de cumplimiento a la finalidad de la técnica justo a tiempo.

12. ¿ Practica usted los propósitos mencionados anteriormente, en los procesos que se realizan dentro de su empresa?.

Objetivo.

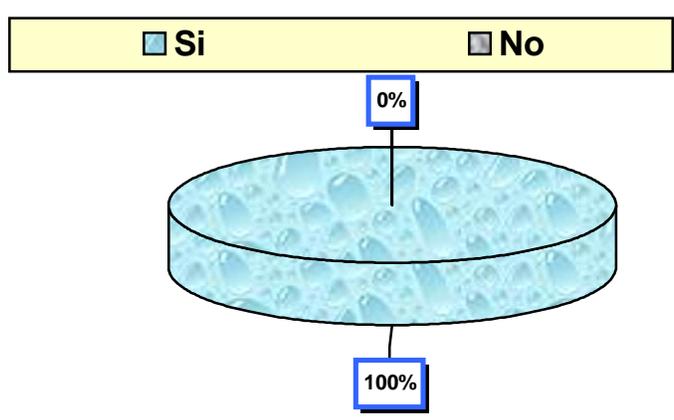
Conocer si aplican los propósitos de la técnica justo a tiempo dentro de los procesos que realizan en la empresa.

Tabla de distribución de frecuencia No 12

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	100
No	0	0
TOTAL	5	100



Practica los propositos de Justo a Tiempo



Análisis:

Todas las empresas que mencionaron conocer la técnica justo a tiempo practican además los propósitos de ésta, con la finalidad de dar un mejor servicio al cliente y porque al cumplirlos tienen mayor credibilidad y se dan a conocer con el cliente.

13. ¿ Ha considerado la implementación de un nuevo diseño de canales de distribución, con la habilitación de nuevas vías de acceso a raíz de la construcción del anillo periférico?.

Objetivo.

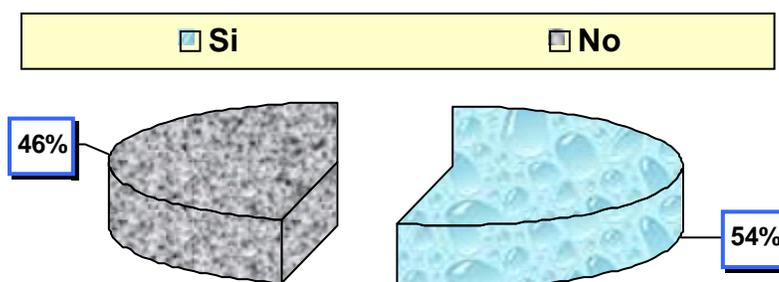
Conocer si realizarían un nuevo diseño de los canales de distribución a raíz de la construcción del anillo periférico.



Tabla de distribución de frecuencia No 13

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	7	54
No	6	46
TOTAL	13	100

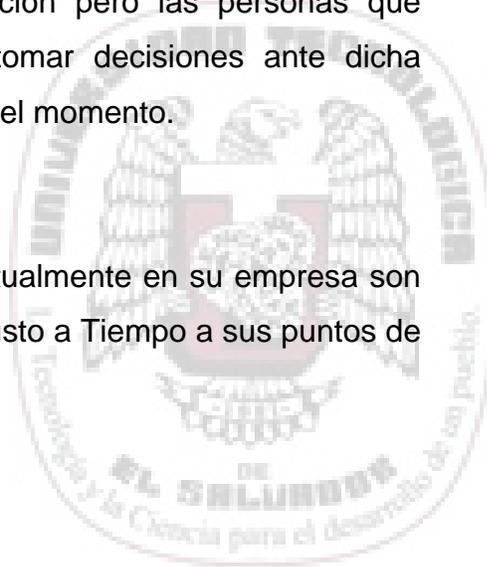
Considera nuevo diseño de canales de distribución, a raíz del Anillo Periférico



Análisis:

La mayoría de las empresas si consideran que con la construcción del anillo periférico, será necesario diseñar nuevos canales de distribución, para llegar más rápido al cliente y lograr satisfacción éste, otras consideran hacer una reubicación de bodegas en centros de distribución pero las personas que contestaron que no, son las que no pueden tomar decisiones ante dicha situación ó porque no lo consideran necesario por el momento.

14. ¿ Considera que las políticas utilizadas actualmente en su empresa son las adecuadas para llevar la mercadería Justo a Tiempo a sus puntos de ventas y clientes?.



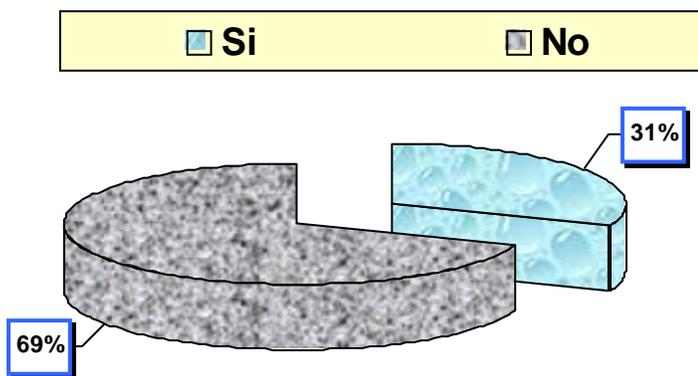
Objetivo.

Conocer si actualmente la distribución de las mercaderías llegan justo a tiempo hasta el cliente o al punto de venta.

Tabla de distribución de frecuencia No 14

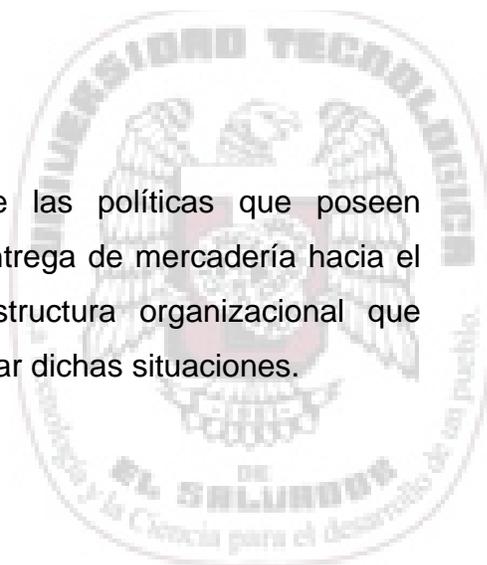
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	69
No	9	31
TOTAL	13	100

Políticas Actuales son Adecuadas para una Distribución Justo a Tiempo



Análisis:

La mayoría de las empresas consideran que las políticas que poseen actualmente, no las adecuadas en cuanto a la entrega de mercadería hacia el cliente, muchas veces debido a la misma estructura organizacional que interfiere en los procedimientos que puedan mejorar dichas situaciones.



La utilización de sistemas de control que ayuden al despacho de la mercadería contribuyen a la conclusión satisfactoria de las necesidades del cliente, lo cual debe practicarse para ver los resultados en forma satisfactoria.



PRESENTACION DE RESULTADOS
ENTREVISTA
DIRIGIDA A LOS GERENTES DE LOGISTICA Y
DISTRIBUCION DE LAS BODEGAS DE LAS EMPRESAS
(La Curacao, Mabe, Prisma Hogar, Capri, Cetron)



1. ¿ Quién realiza la función de logística y distribución de los productos en su empresa?.

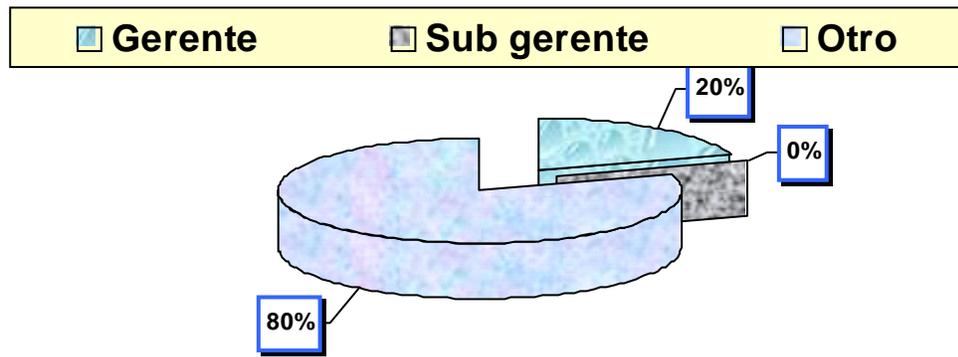
Objetivo.

Conocer que miembro de la organización, realiza la función de logística y distribución.

Tabla de distribución de frecuencia No 1

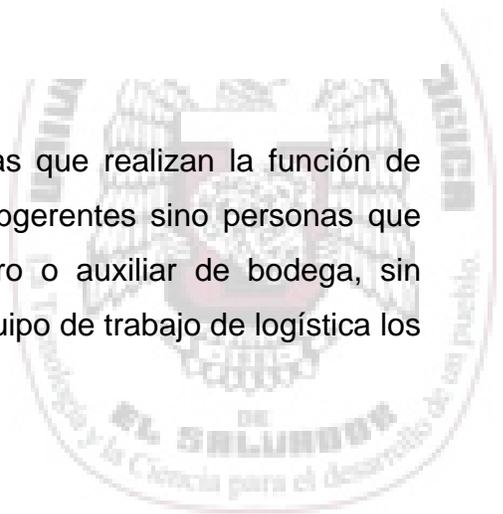
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Gerente	1	20
Subgerente	0	0
Otro (jefe de bodega, bodeguero o auxiliar de bodega)	4	80
TOTAL	5	100

Quien realiza la función de Logística y Distribución



Análisis.

En la mayor parte de las empresas, las personas que realizan la función de logística y distribución no son los gerentes o subgerentes sino personas que ocupan cargos como jefe de bodega, bodeguero o auxiliar de bodega, sin embargo existe una empresa que conforma un equipo de trabajo de logística los cuales se encargan de realizar dicha función.



2. ¿ Los empleados tienen capacitaciones constantes sobre logística y distribución en su empresa?.

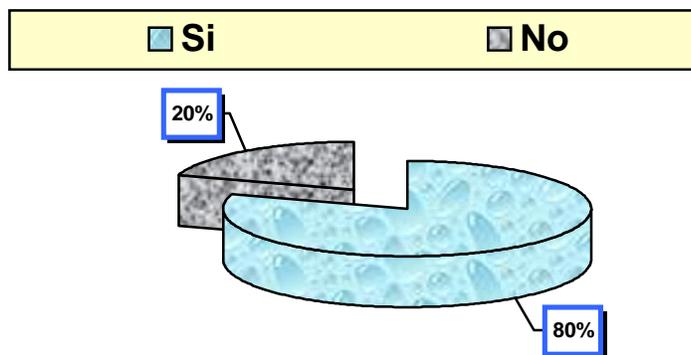
Objetivo.

Determinar si a los empleados del departamento de logística se les capacita constantemente, para que realicen una buena función.

Tabla de distribución de frecuencia No 2

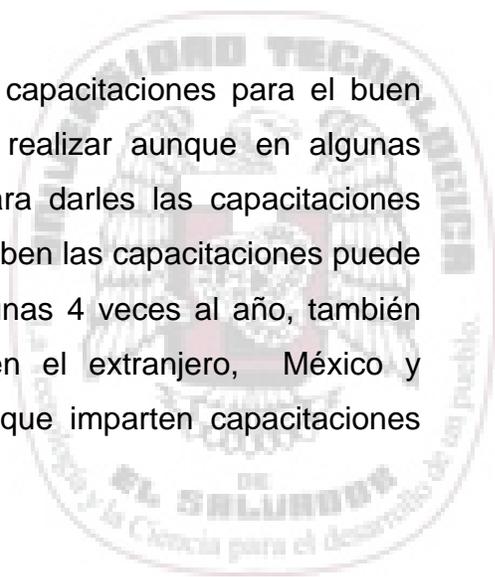
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	4	80
No	1	20
TOTAL	5	100

Tienen Capacitaciones Constantes



Análisis.

Se puede observar, que los empleados reciben capacitaciones para el buen desarrollo de las actividades encomendadas a realizar aunque en algunas empresas son mas constantes que en otras para darles las capacitaciones adecuadas y necesarias. Los períodos en que reciben las capacitaciones puede oscilar de 1 vez al año, dos veces al año y algunas 4 veces al año, también existen empresas que recibe capacitaciones en el extranjero, México y Guatemala, por otra parte existen instituciones que imparten capacitaciones



como el Insaforp la cual es contratada por una empresa para capacitar el personal operativo, y Diesco para el personal administrativo.

- ¿ Considera que su empresa tiene problemas por los procedimientos aplicados al plan de logística y distribución que posee actualmente?.

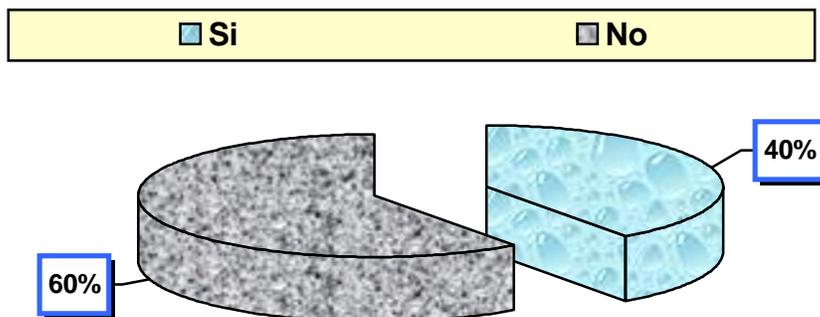
Objetivo.

Conocer si los procedimientos aplicados en la logística y distribución, genera algún tipo de problema.

Tabla de distribución de frecuencia No 3

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	2	40
No	3	60
TOTAL	5	100

Problemas en Procedimiento de Logística



Análisis.

Un poco más del 50% de las entrevistas dan a conocer que no tienen problemas por los procedimientos que utilizan en su logística y distribución actualmente, y algunos de ellas están abierta a mejorarlas constantemente, entre los problemas más frecuentes que se encuentran, están los siguientes:



hay un retardo en la entrega de la mercadería por la distribución de los proveedores, en una de las empresas creen que se ha optimizado el manejo de estos problemas, a través de tecnología e infraestructura, pero que aun así se tienen problemas, pero están dispuestos al cambio.

4. ¿De cuantas unidades esta compuesta su flota de distribución?.

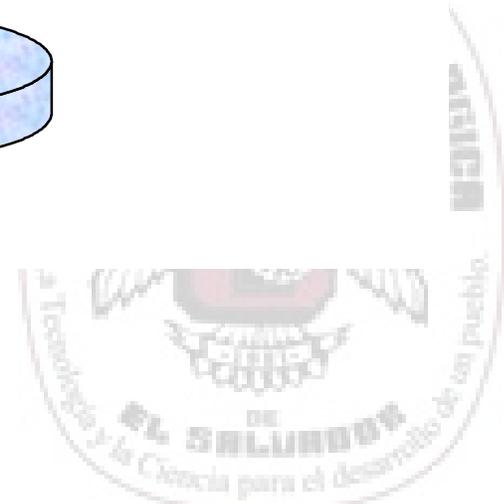
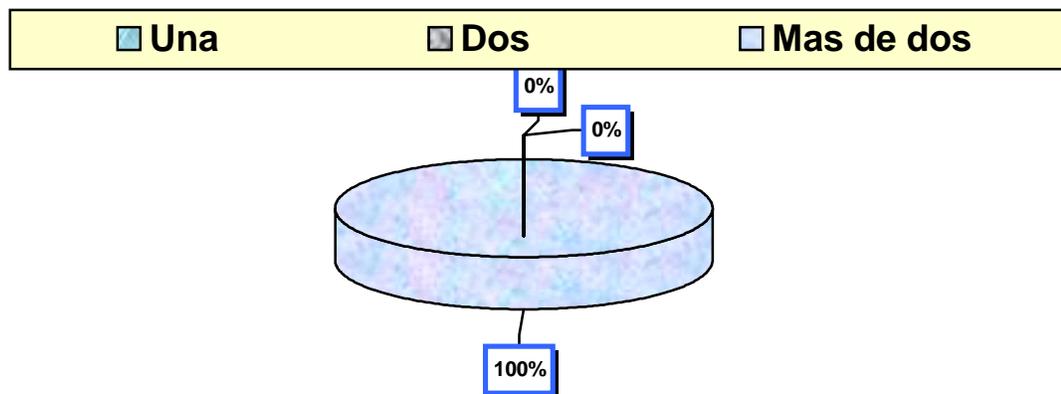
Objetivo.

Determinar, de cuantas unidades esta compuesta su flota de distribución, para saber si estas son suficientes para satisfacer a las necesidades de sus clientes.

Tabla de distribución de frecuencia No 4

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Una	0	0
Dos	0	0
Más de dos	5	100
TOTAL	5	100

Cuantas Unidades Posee su Flota de Distribución



Análisis.

Todas estas empresas, tienen más de 10 camiones propios para realizar la función de distribución, sin embargo todas subcontratan más camiones o pick UPS cuando es necesario, cuando es una temporada alta y requieren más unidades para poder cumplir con la demanda y satisfacer al cliente.

- ¿Qué procedimientos utiliza para tener la logística y la distribución de su empresa acorde a lo necesario?. Mencione algunos.

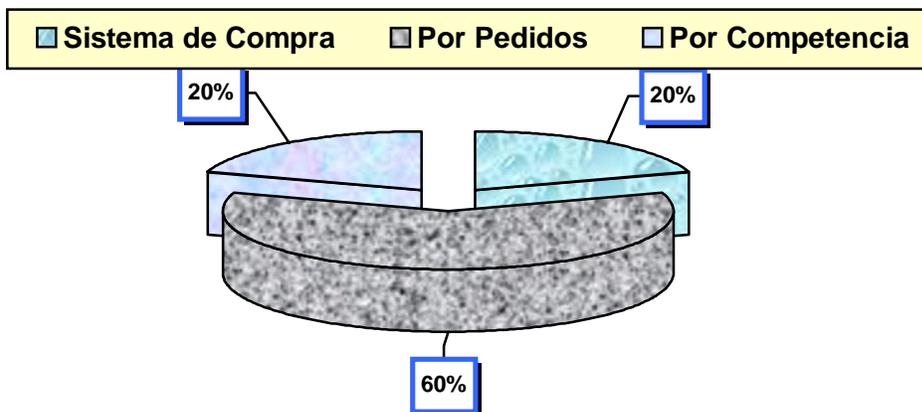
Objetivo.

Determinar que procesos utilizan las empresas para cubrir las necesidades del cliente.

Tabla de distribución de frecuencia No 5 – A (Primer Procedimiento)

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sistema de compra	1	20
Pedidos	3	60
Competencia	1	20
TOTAL	5	100

Grafico No 5-A Procedimientos para logística y distribución



Análisis.

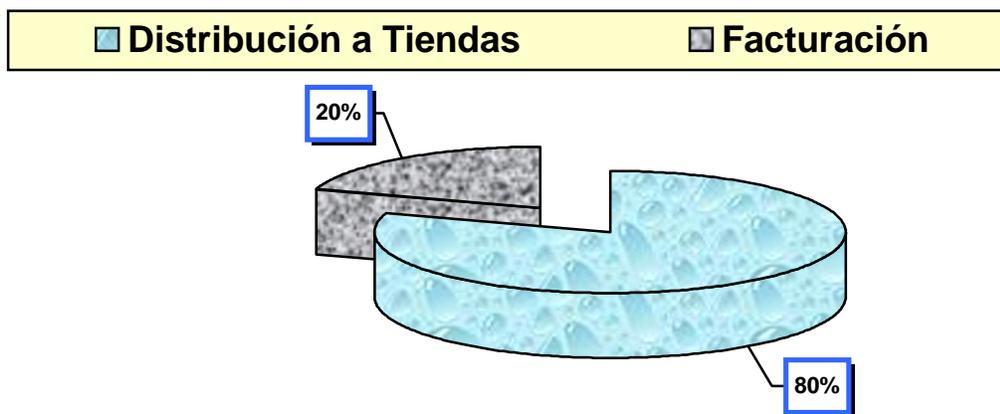
La mayoría de las empresas utilizan varios pasos o procedimientos para realizar la función de distribución, para una mejor comprensión se ha dividido en tres pasos los cuales se verán por separado.

El primer paso es preparar o verificar los pedidos de sus clientes, llenar pedidos, y ver el tiempo de entrega.

Tabla de distribución de frecuencia No 5-B (Segundo Procedimiento)

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Distribución a tiendas	4	80
Facturación	1	20
TOTAL	5	100

Grafico No 5-B Procedimientos para logística y distribución



El segundo paso es verificar su sistema de distribución de proveedores por tienda, para otros es hacer la facturación, otros separan los pedidos por zona y otros hacen la función de distribución.

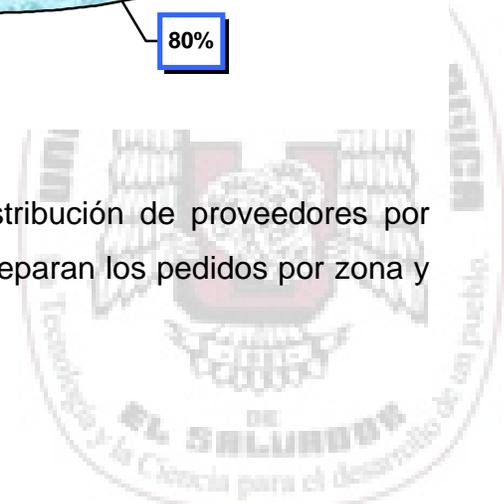
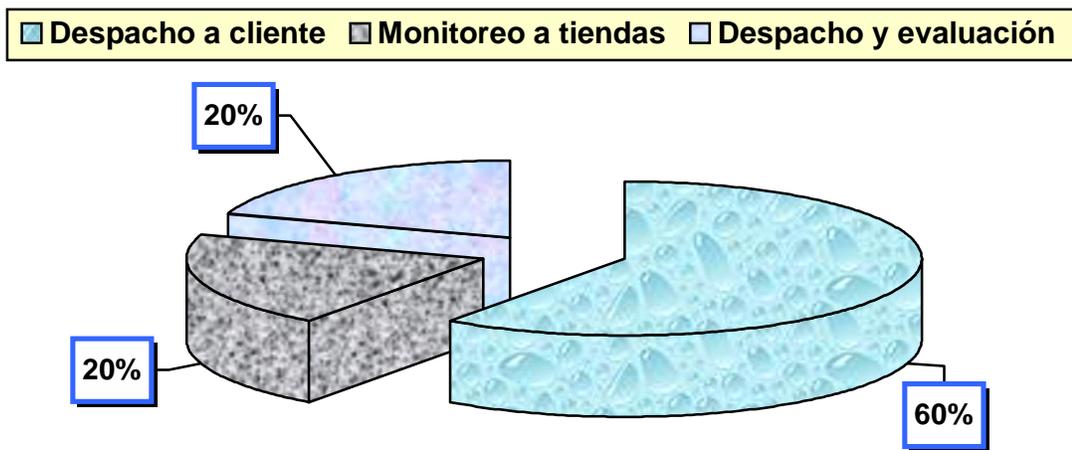


Tabla de distribución de frecuencia No 5-C (Tercer Procedimiento)

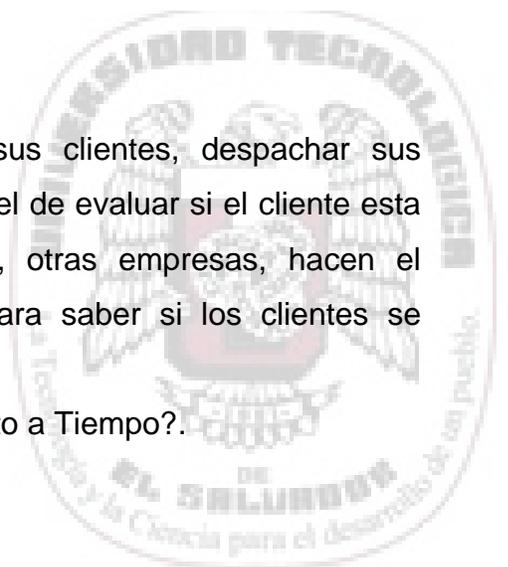
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Despacho a cliente	3	60
Monitoreo	1	20
Despacho a cliente y evaluación para conocer satisfacción del cliente.	1	20
TOTAL	5	100

Grafico No 5-C Procedimientos para logística y distribución



El tercer paso es entregar la mercadería a sus clientes, despachar sus perdidos, y para otra empresa, su tercer paso es el de evaluar si el cliente esta satisfecho con el producto que se le entregó, otras empresas, hacen el monitoreo a través de la sección de ventas para saber si los clientes se encuentran satisfechos.

6. ¿Ha escuchado hablar sobre la técnica Justo a Tiempo?.



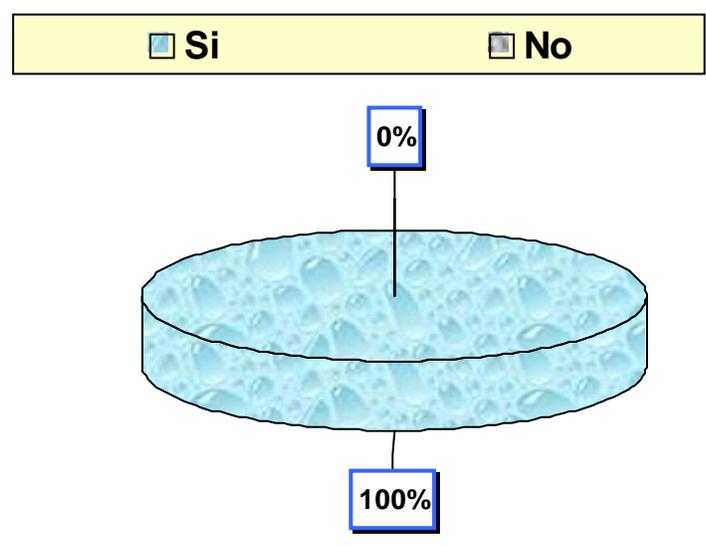
Objetivo.

Conocer si la persona entrevistada conoce sobre la técnica Justo a Tiempo.

Tabla de distribución de frecuencia No 6

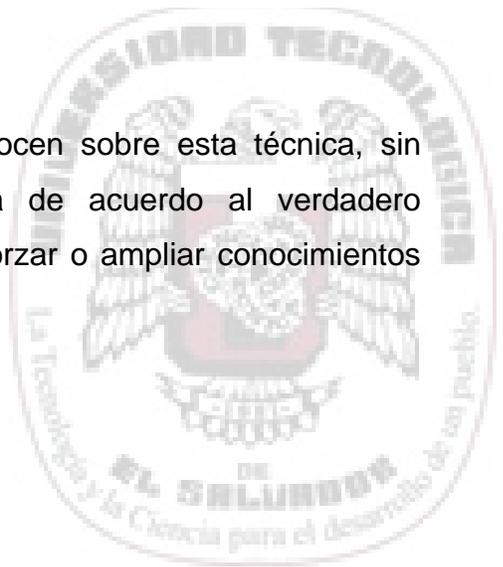
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	100
No	0	0
TOTAL	5	100

Conoce la técnica Justo a Tiempo



Análisis:

En su mayoría, las personas entrevistadas conocen sobre esta técnica, sin embargo el concepto muchas veces no esta de acuerdo al verdadero significado de éste, es decir que se necesita reforzar o ampliar conocimientos sobre dicha técnica.



7. ¿Busca usted una mejora continua dentro de los procesos que su empresa realiza, planificando y dando solución a los problemas que se presentan?.

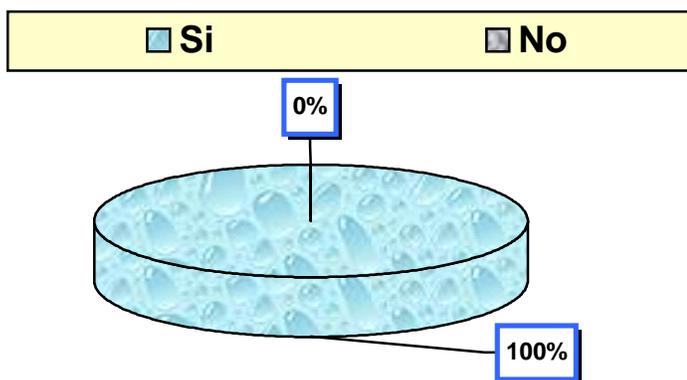
Objetivo.

Determinar si en las empresas, buscan mejorar los procesos que se realizan en ésta.

Tabla de distribución de frecuencia No 7

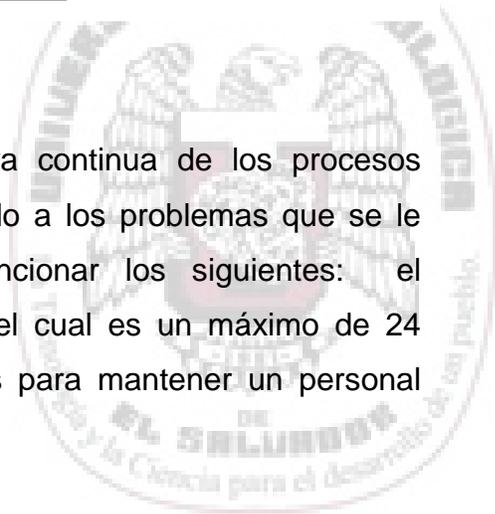
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	5	100
No	0	0
TOTAL	5	100

Buscan Mejorar Procesos



Análisis.

Todas las empresas, buscan siempre la mejora continua de los procesos aplicados en la logística y distribución de acuerdo a los problemas que se le presentan, entre esos factores podemos mencionar los siguientes: el establecimiento de rutas, el tiempo de entrega el cual es un máximo de 24 horas, dar un mejor servicio, dar capacitaciones para mantener un personal



satisfecho, tener la materia prima presente cuando se necesita para lograr la satisfacción total del cliente.

8. ¿Por qué razón considera usted que es importante reducir el tiempo de entrega de sus mercaderías?.

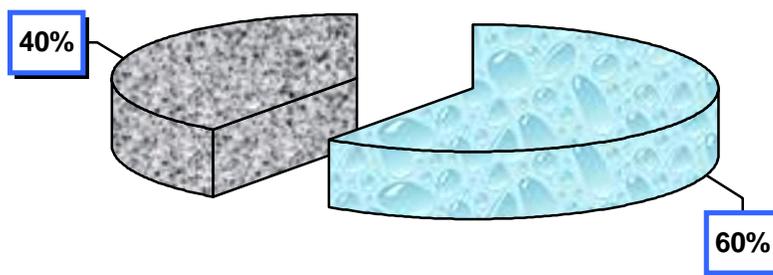
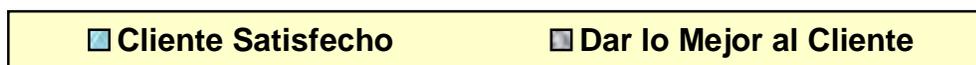
Objetivo.

Conocer que tan importante es para los empresarios la reducción del tiempo para llevar los productos al cliente.

Tabla de distribución de frecuencia No 8

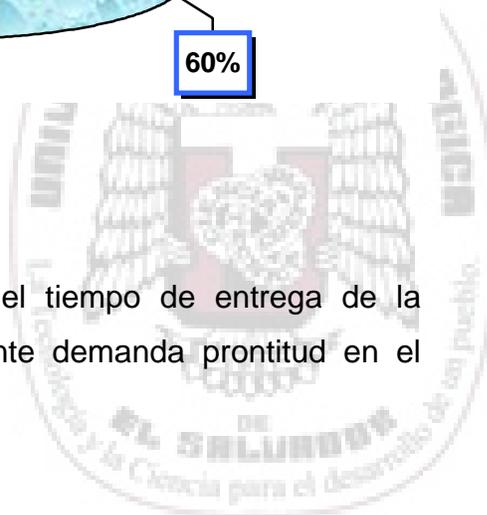
ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cientes satisfechos	3	60
Dar lo mejor al cliente	2	40
TOTAL	5	100

Importancia de Reducir Tiempo de Entrega



Análisis.

Todas las empresas considera que el reducir el tiempo de entrega de la mercadería es importante debido a que el cliente demanda prontitud en el



servicio y entrega de los productos, también es importante para mantener una buena relación cliente – proveedor y para reducir costos de almacenamiento.

9. ¿Tiene definidos los tiempos en que se realizan cada uno de los procesos dentro de su empresa?.

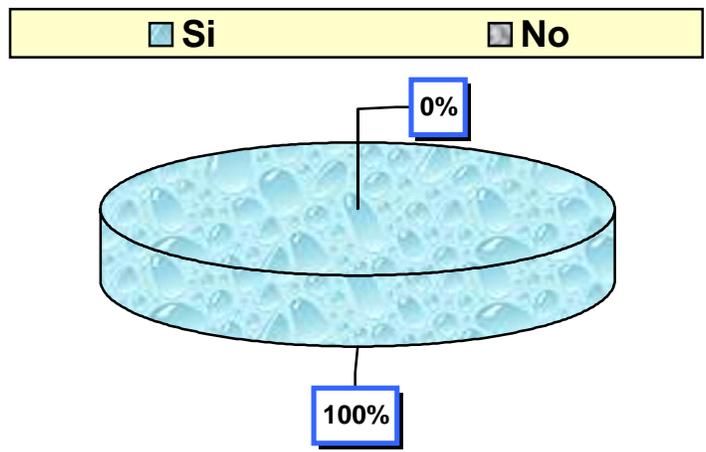
Objetivo.

Determinar si tiene establecidos los tiempos en que se realiza cada uno de los procesos de distribución, dentro de su empresa.

Tabla de distribución de frecuencia No 9

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	5	100
No	0	0
TOTAL	5	100

Tiempos Definidos para cada Proceso de Dsitribución



Análisis.

Todas las empresas, tienen sus tiempos definidos, saben aproximadamente en cuanto tiempo tienen que realizar cada uno de los procesos aunque no son tiempos exactos, otros los tienen definidos por indicadores de desempeño, por procesos y pedidos por tiendas.

10. ¿Estaría interesado en aplicar la técnica Justo a Tiempo para su empresa?.

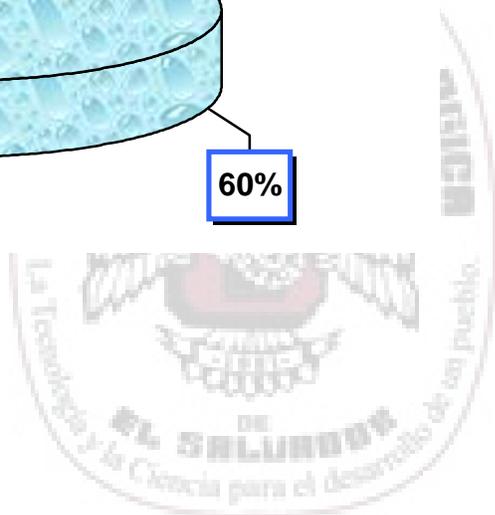
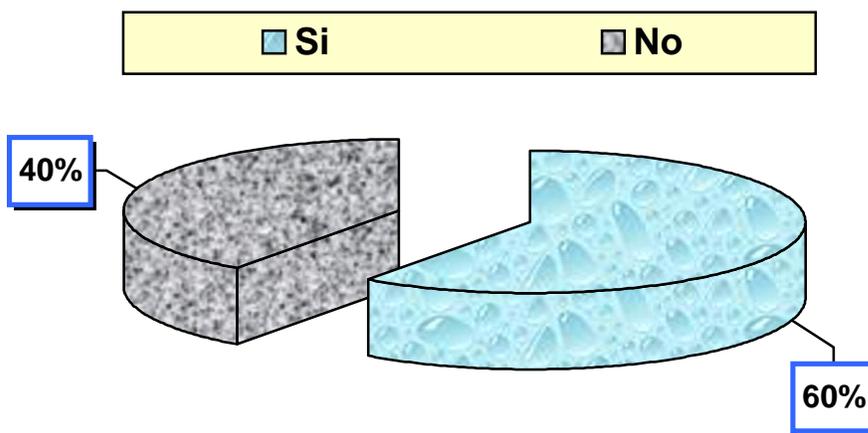
Objetivo.

Conocer si en la empresa aplican o no la técnica Justo a Tiempo.

Tabla de distribución de frecuencia No 10

ALTERNATIVA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	3	60
No	2	40
TOTAL	5	100

Aplican la técnica Justo a Tiempo



Análisis.

En el caso de las empresas que no aplican esta técnica, consideran que es inesperada o que a veces no pueden por el tipo de mercadería que comercializan, las empresas que si la aplican, definen que el cliente estipula el tiempo de entrega, otras empresas la practican porque al llevar la mercadería antes que la competencia tienen mas satisfecho al cliente, además ganan mas mercado porque siempre proveen de su mercadería Justo a Tiempo.

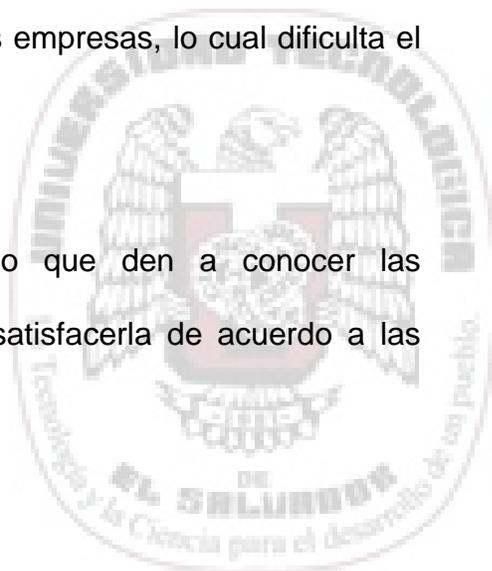


CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Con base a los análisis efectuados en la investigación de campo, se formulan las conclusiones y recomendaciones respectivamente.

Conclusiones

- La mayoría de las empresas no cuentan con un diseño de logística y distribución que coordine adecuadamente las rutas que lleva la flota de distribución.
- Los clientes no se encuentran satisfechos con los canales de distribución que utilizan actualmente las empresas, debido a que no cuentan con una entrega de la mercadería en el tiempo que se necesita.
- Existe una falta de comunicación dentro de las empresas, lo cual dificulta el desarrollo empresarial.
- No se realizan investigaciones de mercado que den a conocer las verdaderas necesidades del cliente y poder satisfacerla de acuerdo a las expectativas de éste.



- Falta de capacitaciones al personal de las empresas.

- **Recomendaciones**

- Se recomienda a las empresas adopten un sistema de comunicación en el cual se mantenga una estrecha relación entre el jefe, proveedor, cliente y empleado.
- Crear programas de capacitación para el personal de las empresas.
- Realizar investigaciones de mercado que ayuden a conocer las necesidades del cliente y de esta forma poder satisfacerlas y darle el seguimiento adecuado.
- Tener un mejor control sobre el otorgamiento de los créditos.
- La asignación de funciones esté de acuerdo al grado académico, experiencia y conocimiento en el cargo a desempeñar.
- Revisión continúa sobre los procesos aplicados en las diferentes áreas de cada empresa.



- Se recomienda a cada empresa tomar en cuenta los cambios que se dan en su entorno externo y poder así aprovechar las oportunidades que se les presenten.

