

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

LIC. JOSE MAURICIO LOUCEL
RECTOR

ING. LORENA DUQUE DE RODRIGUEZ
VICERRECTORA ACADEMICA

JURADO EXAMINADOR

LIC. GLORIA MARIA GARZONA
PRESIDENTE

LIC. ANA MARIA DE PRINTEMPS
PRIMER VOCAL

LIC. EDGAR ADOLFO MORENO M.
SEGUNDO VOCAL

NOVIEMBRE, 2003.

San Salvador, El Salvador, Centroamérica



AGRADECIMIENTOS

A DIOS TODOPODEROSO: Por darme la vida, y a una familia que se mantiene unida por su amor, sabiduría, para comprender y saber andar por sus caminos, bendiciones, que me han fortalecido al saber que siempre me lleva de su mano y nunca me abandona, y por darme este trofeo, que es únicamente el quien pudo hacer posible este triunfo.

A MIS PADRES. Por ser el ejemplo de mi vida, por darme un hogar lleno de amor y sabiduría, guiado únicamente por el amor de Dios, por enseñarme el buen camino, por darme todo su amor incondicional, por estar con migo en todo momento, y sobre todo, por ser mis padres, los mas bellos del mundo.

A MIS HERMANOS. Por ser mis maestros, los que me enseñaron a leer, a escribir, los que estuvieron con migo siempre, los que amo, por darme todo de ustedes, y mas de lo que pueden, por ser hijos de Dios, y me guían con su sabiduría.

A MIS SOBRINOS. Brendita, Jazmín, Brayan, Cristian, Lidia, que son los amores de mi vida, mis amores chiquitos, que con su amor y ternura, me dan fuerzas cada día por salir adelante.

A CARLOS, MELIDA. A ustedes y sus familias, que han estado con migo siempre, que con su sabiduría me han aconsejado, por sus oraciones de cada día, pidiéndole a Dios por mi familia y por mi.

A TI MI NIÑO. Que has sido mi mejor amigo a lo largo de mi carrera, que has estado con migo apoyándome, dándome ánimos y fuerzas para seguir adelante, que me enseñaste a amar y perdonar, a no ser rencorosa y menos con mi familia, a quien Dios puso en mi camino para ser parte de mi vida, a quien amo, por ser lo que es.

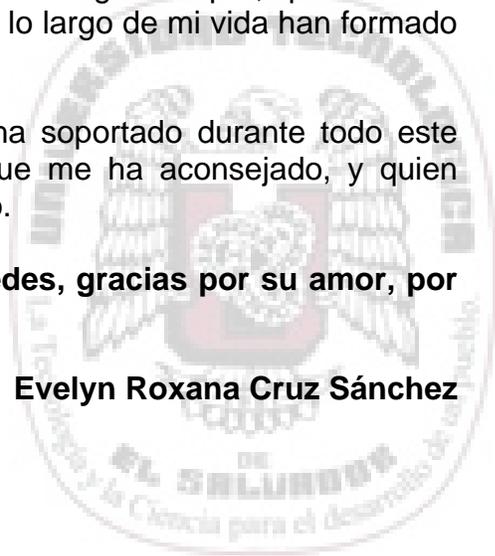
A TUS PADRES. Y a tu hermano, que también son mi familia, quienes están en el camino de Dios, quienes me aconsejan, y oran por mi familia y por nosotros, por ser padres ejemplares, llenos de amor por el amor de Dios.

A TODOS LOS AMIGOS. Que han estado con familia y con migo siempre, que con sus oraciones nos han apoyado, a todos aquellos amigos, que a lo largo de mi vida han formado una parte muy especial e importante en mi vida.

A FATIMA. Que ha estado con migo siempre, que me ha soportado durante todo este tiempo, que me ha escuchado, y me ha comprendido, que me ha aconsejado, y quien también ha orado, gracias porque Dios la puso en mi camino.

A todos ellos les dedico este triunfo, porque es de ustedes, gracias por su amor, por su apoyo, por estar con migo, Que Dios los Bendiga.

Evelyn Roxana Cruz Sánchez



DEDICATORIAS

A DIOS TODOPODEROSO

Por haberme dado la capacidad, la perseverancia, la fortaleza necesaria para afrontar con sabiduría todos los obstáculos en cada etapa de mi vida y por la oportunidad de finalizar un triunfo más. Gracias por todas tus bendiciones Señor.

A LA VIRGEN MARIA

Por ser la intercesora ante Dios Padre, gracias por guiarme y cuidarme en todo momento.

A MIS PADRES

María Julia de Clará y Oscar Salomón Clará, por su formación espiritual y moral, su apoyo, amor, dedicación y sus oraciones que me ayudaron a culminar una etapa más de mi vida. Gracias papas que Dios los bendiga siempre los amo mucho.

A MI ESPOSO

Mario Núñez, por su apoyo incondicional, su paciencia, comprensión, por sus consejos y por demostrarme su Amor en todo momento. Gracias por estar a mi lado en todas las circunstancias de mi vida.

A MIS FAMILIARES

Mis hermanos Carlos Clará Fernández y Oscar Clará Fernández, tíos y primos que me apoyaron y estuvieron pendiente en todo momento

A MIS AMISTADES

Que con su cariño, apoyo y sus oraciones me ayudaron a salir adelante.

A MI COMPAÑERA DE TESIS

Por haber culminado juntas nuestro trabajo de graduación, por haberme comprendido y apoyado durante este proceso.

Fátima Lissette Clará Fernández

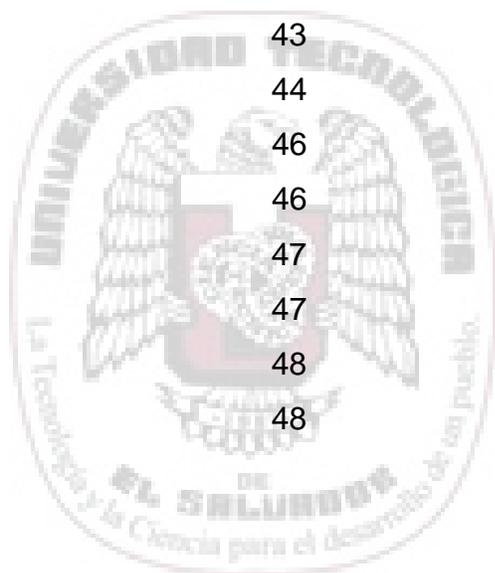


INDICE

CONTENIDO	PAGINA
Introducción	i – ii
Capítulo I	
1. Marco teórico conceptual de referencia sobre logística, distribución y justo a tiempo, para las empresas comerciales aledañas a la construcción del Anillo Periférico	1
1.1 Marco Normativo del Anillo Periférico	1
1.2 Marco histórico del anillo periférico y empresas comerciales	6
1.2.1 Antecedentes de la primera etapa de construcción del Anillo Periférico	7
1.2.2 Antecedentes de las empresas comerciales	9
1.3 Marco conceptual de referencia sobre logística y distribución	16
1.3.1 Generalidades del Mercadeo	16
1.3.1.1 Mercadeo	17
1.3.1.2 Importancia de la mercadotecnia	17
1.3.1.3 Alcance de la mercadotecnia	18
1.3.1.4 Objetivos de la mercadotecnia	19
1.3.1.5 Función de la mercadotecnia	19
1.3.1.6 Mezcla de marketing	21
1.3.2 Logística	22
1.3.2.1 Importancia de la logística	23
1.3.2.2 Logística y gerencia de canales	24
1.3.2.3 Gerencia de inventario	24
1.3.2.4 Transporte	26
1.3.2.5 Almacenamiento y manejo de materiales	27
1.3.2.6 Compras	28
1.3.2.7 Empaque	28
1.3.3 Distribución	29
1.3.3.1 La distribución física	30
1.3.3.2 Misión de la distribución física	30



1.3.3.3	Actividades que se desarrollan dentro de la distribución	31
1.3.3.4	Fuerzas del mercado que influyen en la distribución física	31
1.3.3.5	Ejecución de la distribución física	32
1.3.3.6	Estrategias de distribución	32
1.3.3.7	Que es un canal de distribución	34
1.3.3.8	Elementos de los canales de distribución exitoso	35
1.3.3.9	Criterios de clasificación de los canales de distribución	36
1.3.3.10	Establecimiento de las identidades del rol del canal	37
1.3.3.11	Que es diseño de un canal	38
1.3.3.12	¿Por qué es vital la decisión de diseño de un canal?	38
1.3.3.13	¿Cuándo es el momento de diseñar o rediseñar un canal?	39
1.3.3.14	Evaluación de las alternativas de diseño de un canal	39
1.4	Justo a tiempo	40
1.5	Planeación estratégica	41
1.5.1	Propósito de la planeación estratégica	42
1.5.2	Meta de la planeación estratégica	42
1.5.3	Misión de Negocios	43
1.5.4	Análisis FODA	44
1.5.5	Formulación de metas	46
1.5.6	Formulación de estrategias	46
1.5.7	Formulación de programas	47
1.5.8	Implementación	47
1.5.9	Retroalimentación y control	48
1.5.10	El pensamiento estratégico	48



1.5.11	La planeación a largo plazo	49
1.6	Diagnóstico de las empresas	51
1.6.1	PRADO, S.A. DE C.V.	51
1.6.2	INDECA (CETRON)	52
1.6.3	INDUSTRIAS CAPRI	53
1.6.4	INDUSTRIAS MABE	54
1.6.5	LA CURACAO	55
1.6.6	OMNISPORT	56
1.6.7	SOVIPE	57
1.6.8	ALMACENES TROPIGAS	57
1.6.9	ELECTROPOLIS	58
1.6.10	PRISMA HOGAR	59

Capitulo II

2.	Investigación de campo	61
2.1	Objetivo de la investigación	62
2.1.1	Metodología de la investigación	62
2.2.1	Tipo de investigación	62
2.2.2	Descripción de las unidades de análisis	62
2.2.3	Sujetos de estudio	62
2.2.4	Universo	62
2.2.5	Población	63
2.2.6	Método	64
2.2.7	Técnicas de procesamiento y recolección de información	64
2.2.7.1	Fuentes de recolección de la información	64
2.2.7.2	Técnicas de recolección de datos	65
2.2.8	Instrumentos de la investigación	65
2.2.9	Diseño de entrevista	65
2.2.10	Diseño de cuestionario	66
	Presentación de resultados cuestionario	67
	Presentación de resultados entrevista	86



Conclusiones	100
Recomendaciones	101

Capitulo III

3. Diseño de un plan estratégico de logística y distribución para las empresas comerciales dedicadas a la comercialización de electrodomésticos, aledañas

a la construcción de la primera etapa del anillo periférico	103
3.1 Pasos a seguir para la planeación estratégica	103
3.2 Soporte estratégico de la propuesta	104
3.2.1 Generalidades	104
3.3 Plan anual operativo	105
3.3.1 Objetivos de la propuesta	105
3.3.1.1 Objetivo general	105
3.3.1.2 Objetivos específicos	105
3.4 Visión	106
3.5 Misión	106
3.6 Estructura organizativa	107
3.7 Análisis FODA	108
3.8 Presupuesto general	109
3.9 Justificación del plan estratégico de logística y distribución	110
3.10 Beneficios de la propuesta	112
3.10.1 Para las empresas	112
3.10.2 Para los proveedores	112
3.10.3 Para los consumidores	113
3.11 Estrategias de logística y distribución	113
3.11.1 Logística	114
3.11.1.1 Estrategia compra tras compra	114
3.11.1.2 Medidas de control	114
3.11.1.3 Resultados esperados	115
3.11.2 Estrategia record de compra	115
3.11.2.1 Medidas de control	115
3.11.2.2 Resultados esperados	116



3.11.3	Estrategia sobre la implementación de sistemas de sistemas de información	116
3.11.4	Medidas de control	117
3.11.5	Resultados esperados	117
3.12	Distribución	117
3.12.1	Estrategia sobre la implementación de la técnica justo a tiempo	117
3.12.2	Ventajas o beneficios al aplicar la técnica justo a tiempo	120
3.12.3	Como se aplicará la técnica justo a tiempo en las empresas	121
3.12.4	Como se aplicará la técnica justo a tiempo con los proveedores	122
3.12.5	Como se aplicará la técnica justo a tiempo con el personal	122
3.12.6	Medidas de control	123
3.12.7	Resultados esperados	123
3.13	Retroalimentación del plan estratégico de logística y distribución	123
3.14	Plan de desarrollo para el cambio	124
3.15	Cronograma sobre la gestión de desarrollo de la propuesta	125
	Bibliografía	126
	Anexos	128

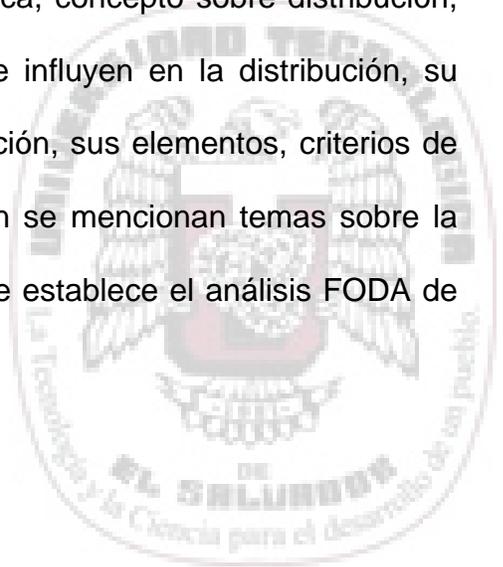


INTRODUCCIÓN

La logística y distribución, juega un papel muy importante dentro de las funciones que realiza una empresa, debido a la utilización de técnicas que ayuden al traslado en forma eficiente y oportuna de los productos hacia los clientes. Así mismo el mantener buenas relaciones con el cliente representa para la empresa un compromiso que le incentiva a mejorar cada día los procesos que ésta ejecuta, ello trae como consecuencia satisfacción y lealtad del cliente ante los cambios organizacionales que se generen dentro de la empresa.

Por consiguiente se presenta el siguiente trabajo de grado que lleva como título “Diseño de un plan estratégico de logística y distribución, para las empresas comerciales dedicadas a la comercialización de electrodomésticos, aledañas a la construcción de la primera etapa del anillo periférico”

Capítulo I: Establece un marco normativo e histórico como antecedentes de la construcción de la primera etapa de la carretera del anillo periférico, así como antecedentes de las empresas, se describe además el marco conceptual sobre logística y distribución, generalidades de mercadeo, su concepto, importancia, alcance, objetivos, su función y mezcla de marketing, concepto e importancia sobre logística, concepto sobre distribución, su misión, actividades que se desarrollan, las fuerzas que influyen en la distribución, su ejecución, estrategias, concepto sobre un canal de distribución, sus elementos, criterios de clasificación e importancia del diseño de un canal, también se mencionan temas sobre la técnica justo a tiempo, planeación estratégica, finalmente se establece el análisis FODA de las empresas objeto de estudio.



Capitulo II: este capítulo contiene los objetivos de la investigación, la metodología aplicada en la investigación de campo, el tipo de investigación, descripción de las unidades de análisis, los sujetos de estudio, el universo, población, métodos, técnicas empleadas, instrumentos utilizados en la investigación, posteriormente se efectuó el análisis de resultados presentados en forma gráfica.

Finalmente en el capitulo III: Presenta la propuesta de un “Plan estratégico de Logística y Distribución” para facilitar la comercialización de electrodomésticos de las empresas aledañas a la construcción del anillo periférico.

En este capitulo se presenta inicialmente una estructura de los pasos de una planeación estratégica, el soporte estratégico de la propuesta, los objetivos de ésta, la visión y misión, los beneficios de la propuesta, un análisis FODA de las empresas, las estrategias a utilizar cuya implementación contribuirán al desarrollo y fortalecimiento de dichas empresas, acciones que surgieron como respuesta dadas por la situación de éstas.

Finalmente se concluye y se proponen las recomendaciones.

