



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN

SEPTIEMBRE 2019 – MARZO 2020

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

INGENIERÍA COMERCIAL

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

Logística de la comercializadora Mega Proprinec

EGRESADA

Yasya Marilyn Barragán Dávila

TUTOR:

ING. Rosendo Gil Avilez, MAE.

AÑO 2020

INTRODUCCIÓN

La “comercializadora Mega proprinec” es una organización que se dedica a la comercialización, productos de librería, artículos para el hogar, artículos de primera necesidad, confitería, productos de bazar productos de yambal cuya actividad empezó en el año 2011, con sus respectivos permisos de funcionamiento, en los primeros años fueron excelentes debido a que no contaban con clientes potenciales lo cual no afecta la logística de la comercializadora, mientras que en los últimos años se ha presentado más clientes que realizan compras con frecuencia esto implica que se dé una inadecuada logística en la comercializadora debido a poco espacio físico que tiene para promocionar sus productos a sus clientes esta comercializadora está situada en las calles Abdón Calderón S/N 10 de Agosto y 5 de Junio del cantón Babahoyo donde brinda sus servicios a todo el casco urbano y a sus parroquias aledañas.

El estudio de caso realizado es de sumo interés debido a que se centra en la logística de la “comercializadora Mega proprinec” de la ciudad de Babahoyo el cual permite dar a conocer los hechos por el cual no presenta un espacio físico apropiado para poder promocionar su multiplicidad de productos que ofrece esta comercializadora, esto se da debido a las edificaciones que existen a su alrededor ya que por motivo a esos edificios el comisariato Mega proprinec no puede ofrecer un lugar amplio y cómodo para la atención de sus clientes, con el actual trabajo se determinara a identificar cuáles son los efectos que han incidido en el comisariato.

La temática de está investigación son los diversos problemas que se generan debido al trabajo administrativo no acorde para la distribución de productos dentro del

comisariato Mega proprinec, el actual estudio de caso es determinar los factores que inciden por la inadecuada logística de la “comercializadora Mega proprinec” de la ciudad de Babahoyo, este caso de estudio guarda relación con la sub línea de investigación modelo de gestión administrativa debido a que trata de una búsqueda de información que intervienen los procesos administrativos principales como planificar, organizar, dirigir, y controlar las tareas y conductas para la adecuada distribución de productos dentro del local.

La metodología que ejecuta en el presente caso de estudio es el método descriptivo, que admitió analizar las dificultades que se promueven en la “comercializadora Mega proprinec”, además se utilizó el método analítico ya que se narra indivisibles las experiencias alcanzadas en el transcurso de la investigación, en el cual se determinará las primeras características de los elementos que intervienen en la problemática, para recolectar la información se utilizo la técnica de la “entrevista” la misma que esta direccionada a aplicarse a la administradora del comisariato quien es la delegada de gestionar los respectivos tramites mientras que en la “encuesta” está dirigida hacia los clientes que asisten a tal establecimiento; con el objetivo de obtener información más relevante con respecto a lo que ellos piensan sobre la manera en cómo se lleva la logística en tal establecimiento.

DESARROLLO

La “comercializadora Mega proprinec” de la ciudad de Babahoyo fue constituida sin planificación estratégica previa, por lo cual no cuenta con misión, visión y objetivos planteados formalmente, sin embargo, el objetivo que siempre ha querido alcanzar este comisariato, es la comercialización de la gran variedad de productos que ofrece para así satisfacer la necesidad del cliente, generando una alta rentabilidad y fidelidad de clientes a largo plazo, la misma que a través del tiempo, ayude a mantener estable a dicha entidad a pesar de la gran cantidad de competencia que existe en el mercado.

El presente estudio de caso se centra en la logística de la “comercializadora Mega proprinec” del cantón de Babahoyo el cual se realiza por el hecho de que no presenta un espacio físico apropiado para poder promocionar su gran variedad de productos que ofrece este negocio, ya que al no contar con un espacio amplio y cómodo no les permite tener a la vista de los clientes toda la gran variedad de productos que ofrece esta comercializadora, esto implica que al momento de que los clientes empiezan a realizar sus compras no encuentran en las perchas productos que ellos están buscando ya que se encuentran guardados en los cartones que están por los pasillos debido a que no hay más disponibilidad de espacio para promocionarlo lo cual esto ocasiona la insatisfacción de los clientes.

El objetivo del presente estudio de caso es determinar los factores que inciden por la inadecuada logística de la “comercializadora Mega proprinec”, puesto a que juega un rol muy importante en la distribución de los productos que ofrece esta

comercializadora para así mantener un nivel alto de satisfacción en los clientes, ya que al no contar con más espacio para poder promocionar sus productos a la vista de los clientes, ocasiona que los compradores se molesten debido a que no encuentran el producto que ellos buscan ya que por falta de espacio lo tienen guardado en cartones que se encuentran por los pasillos o en bodega es decir que los clientes no encuentran en las perchas el producto que están buscando.

En la “comercializadora Mega proprinec” la logística es inadecuada debido a que la superficie comercial se encuentra dividida en dos secciones la primera sección está destinada para proporcionar los productos que ofrece este comisariato y la segunda sección está destinada como bodega.

Esto representa que, en cierto sentido, lo que ocurre es que la logística es una área que tiene incidencia importante en conseguir que las empresas lleguen al mercado en una posición que les permita satisfacer las necesidades de sus clientes para así conseguir que el ciclo de vida de estos en la nuestra organización sea cada día. (Iglesia, 2016, p. 9)

Es decir individuo vinculado de propiedades visibles e invisibles que contienen color, precio y calidad, el producto consigue ser un bien, un individuo o una idea

Mega proprinec es una empresa con una gran capacidad para poder realizar una mejor distribución de sus productos a la presencia de los clientes el cual no es aprovechado en su máxima capacidad debido a que su local esta dividido en bloques, en la sección dos existe una desorganización al momento de almacenar los productos. “Esto figura que en cierta forma la distribución consiste en situar los productos de la

empresa al alcance del consumidor en el lugar, momento y cantidad más adecuada para facilitar y estimular su consumo” (Caldas, 2017, p. 75). Esto sucede por la mala distribución de productos ya que si se sabría aprovechar el espacio de bodega con una buena organización al momento de almacenar los productos se podría liberar espacio que puede ser aprovechado para proporcionar los productos.

Esto se da debido a que la segunda sección del local está destinada para el almacenaje de los productos, es decir que esto incurre inconvenientes en los clientes al momento de realizar sus compras debido a que es muy reducido el espacio en la parte inferior del local. “Esto simboliza, que en cierto modo el almacenaje, es el que abarca todas las actividades relacionadas con la gestión del stock dentro de la empresa desde su transporte interno hasta su almacenaje incluida la manipulación” (Brenes, 2015, p. 12). Por lo tanto la logística busca satisfacer las necesidades de los productos que demandan los clientes en el tiempo, lugar, momento, cantidad y calidad.

Además es necesario tener conocimiento de las funciones de la logística para poder así satisfacer a los clientes ofreciéndoles productos y servicios de manera rápida y oportuna.

Esto representa que las funciones de la logística “se basan principalmente en la administración de los flujos físicos (materias primas, productos acabados etc.), teniendo en cuenta los recursos (humanos, consumibles etc.), los bienes necesarios (almacenes, bodegas, herramientas, sistema informáticos, camiones, etc.), y los servicios (transporte o almacén subcontratados). (Ramirez, 2015, p. 5)

Por medio de la logística se puede lograr que la comercializadora llegue al mercado con una perspectiva de satisfacer la demanda y ofrecer los productos y servicios de forma rápida y eficaz, en un contexto de servicio total, al menor coste posible.

En base a los antecedentes anteriores la logística es una parte del proceso de gestión de la cadena de suministro. “Esto expresa de cierta manera que la gestión de la cadena de suministro es por lo tanto la integración y coordinación de los procesos y actividades de todas las empresas que componen dicha cadena” (Iglesia, 2016, p. 8). Es decir pertenecer a los procesos de aprovisionamiento, almacenaje y distribución de productos teniendo en cuenta un conjunto de medios y técnicas necesarias para llevar a cabo la ordenación de una empresa o de un servicio especialmente de comercialización. “Esto figura que el aprovisionamiento contempla las actividades necesarias para adquirir los productos y garantizar los recursos disponibles para su transformación o venta” (Iglesia, 2016, p. 12).

En el comisariato Mega proprinec el abastecimiento y reposición de productos se realiza en horarios de cierre para no molestar a los clientes en su actividad de compra.

Esto significa que el abastecimiento se da cuando una vez que la mercadería llega a las instalaciones de la empresa este se verifica, para lo cual se realizan pruebas de calidad con el fin de constatar que el producto cuenta con las condiciones mínimas de calidad, y así luego trasladarlo al lugar de almacenamiento. (Amaya, 2018, p. 70)

Para que así al día siguiente contar con las perchas llenas de productos para que nuestros clientes realicen sus compras con normalidad sin ningún disgusto

En base a los antecedentes anteriores también se puede mencionar que la inadecuada aplicación en cuanto a la logística de la comercializadora Mega proprinec se da por su espacio geográfico debido a que el local se encuentra ubicado en la mitad de muchos locales comerciales a su alrededor, a su lado izquierdo están locales que ofrecen ropa para jóvenes y adultos y a su lado derecho están locales que ofrecen ropa para recién nacidos, es decir que no tiene una mayor expansión debido a que existen esos locales comerciales a su alrededor.

En toda zona, país, ciudad las personas se clasifican en clases bajas, medias y alta por lo cual en dicha comercializadora acuden muchas personas de clase baja y media debido a que los precios de los productos que ofrece esta comercializadora son bajos en comparación a otros comisariatos como el Gran Aki, Dismero y el Híper Marki los mismo que son para el alcance de ellos.

La comercializadora no cuenta con más espacio físico para poder ampliar el almacén en sus extremos en vista de que existen más edificaciones y estas a su vez los dueños que no están dispuestos a vender sus inmuebles ya que estas personas realizan alquileres de algunos locales siendo esto el sustento de sus hogares durante muchos años. “Esto representa que el almacén es un espacio físico donde se realizan la recepción, custodia, conservación y expedición de mercancías, es el edificio donde se guarda cualquier tipo de género y donde se venden artículos al por mayor” (Morillo, 2015, p. 3). Esto impide que la comercializadora no pueda tener expansión a sus costados debido a las edificaciones que existen a su alrededor ya que por motivo a esos edificios no puede ofrecer un lugar amplio y cómodo para la atención de sus clientes

Debido a esto también no le permite promocionar una gran variedad de productos más surtida a sus compradores porque esto implicaría tener mucho más espacio físico para poder colocar esos productos es así que esta comercializadora solo almacena productos esenciales o a su vez los productos más vendidos. “Esto expresa que el comprador es la persona física o jurídica con capacidad de obrar que recibe el bien y paga el precio” (Pombo, 2016).

“Comercializadora Mega proprinec” se da la falta de atención al cliente debido a que el personal que está encargado de la atención al cliente no tiene el conocimiento necesario, esto se da por la falta de información que no les proporciona la administración del comisariato, o también por que los empleados que laborar en esta comercializadora son cambiados rutinariamente.

Esto significa que, en cierto sentido, la atención al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin del que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado, se asegure un uso correcto de este y satisfaga sus necesidades y/o experiencia como consecuencia del precio, la imagen y la reputación de la empresa. (Ormeño & Sanz, 2018, p. 6)

Además esto sucede por que el personal encargado de los pasillos o perchas no tiene el conocimiento sobre los precios de los productos, o si hay o no dicho producto en bodega debido a que ellos están más ocupados bajando mercadería o embarcando ya que esta comercializadora no solo ofrece sus productos en dicho establecimiento, si no

que también distribuye productos al por mayor a pequeños negocios. “Esto representa que el conocimiento es alcanzar la plenitud en cuanto al porcentaje significativo de sus miembros tenga acceso a cualquier tipo de información” (Heredero & López, 2019). Es muy importante que todos los empleados que laboran en el comisariato puedan proporcionar la información que el cliente necesita y así se podrá evitar disgusto por parte del comprador.

Al mismo tiempo esto hace que el consumidor se moleste debido a que no le proporcionan la información que ellos necesitan esto se origina debido a la falta de asesoramiento hacia los empleados por parte de la administradora de la comercializadora es por eso que el cliente para poder saber el precio de dicho producto tiene que acercarse a caja para que le proporcionen el precio y eso conlleva a que el usuario se disguste ya que tiene que pasar tiempo en ir a caja a preguntar el precio de ese producto.

La falta de capacitación al personal disminuye la concurrencia de clientes de la comercializadora debido a que las personas que se han acercado a este comercial han manifestado su insatisfacción por parte del personal que labora en la comercializadora. “Esto significa que tal manera la capacitación implica que alguien aprenda un trabajo mientras lo lleva acabo, todos los trabajadores desde el empleado de la sala de correspondencia hasta el director general deberá recibir capacitación” (Gomez, 2016, pág. 195). Por lo cual es muy importante que todos los empleados estén capacitados para que así puedan dar información que el cliente necesita.

Muchas veces la administradora comete el error de colocar a los empleados recién contratados y estos a su vez se les dificulta el rol que tienen que desempeñar en el área de trabajo designada, he aquí el problema ya que los empleados nuevos no conocen el desenvolvimiento de la empresa para la que trabajan, cuales son los procesos, productos, ya que al no estar capacitados sus habilidades sociales son escasas como para ofrecer un mejor servicio, al no recibir dicha capacitación se encontrara en esta comercializadora personal con mal genio sin deseos de atender al cliente por lo cual es necesario realizar capacitación al personal.

Al ver la negativa de los clientes al momento de preguntarles se cree que el personal que labora en la comercializadora tiene una buena capacitación, pero al momento de atenderlos se han visto en la necesidad de acercarse hacia la administradora del local a pedir una explicación más exacta para así tener una idea de porque una parte del personal que labora en dicho comisariato no están totalmente capacitado, la administradora ha sabido manifestar que no se les da una capacitación a todo el personal ya que la mayoría no es un personal estable que labora dentro del comisariato.

En ocasiones se ha dado exclusivamente capacitaciones a pocos empleados los mismos que han cumplido algunos años trabajando o están dispuestos a trabajar por un largo tiempo, el resto del personal que labora son empleados que trabajan por un cierto tiempo de 2 a 3 meses y renuncian por diferentes motivos personales o de estudio y así todo este personal no es estable, al realizar una capacitación a estos empelados se estaría perdiendo dinero en una capacitación cada vez que un empleado renuncie y otro tome su

lugar es por eso que la comercializadora toma el riesgo que los empleados se adapten a atender al cliente por instinto e ir mejorando día a día con la experiencia de cada cliente y también al observar como los trabajadores más antiguos se desenvuelven con los demás clientes y así esperar que sus clientes queden satisfechos por haber sido atendidos de la mejor manera.

Otra medida que toma la administradora del comisariato Mega proprinec es designar a un empleado con más tiempo de experiencia que guie al que recién se le ha dado un puesto en esta comercializadora y así explicarle como se debe atender al cliente, esta alternativa pocas veces tienen éxitos ya que algunos empleados nuevos tienen diferente tipo de carácter y no lo saben manejar es allí que fracasa la atención al cliente por falta de capacitación para que les enseñe a manejar cada tipo de carácter y así tener clientes satisfechos.

El comisariato cuenta con dos propietarias, las mismas que deberían facilitar los procesos de información entre el conjunto de personas que laboran en dicho local acerca de la cadena logística del comisariato Mega proprinec. “Esto expresa que, de cierto sentido, la cadena de suministro es el conjunto de las actividades que hacen que los productos lleguen desde los proveedores hasta los clientes finales que los demanda” (Iglesia, 2016, pág. 17). Para así conseguir satisfacer mejor a los clientes, brindando un servicio de calidad incidiendo en los mínimos costos posibles ya que de esta manera se generara ventajas competitivas que posicionaran mejor al comisariato en el mercado.

La atención al cliente hoy en día es una necesidad para el éxito y la permanencia de una empresa activa debido a que si se ofrece una buena atención al consumidor los clientes irán satisfechos y regresaran a realizar sus compras frecuentemente.

Esto figura que de cierta manera el cliente satisfecho son aquellos que percibieron el desempeño con la empresa el producto y el servicio como coincidente con sus expectativas lo general a este tipo de cliente se muestra poco dispuesto a cambiar de marca, pero puede hacerlo si encuentra otro proveedor que le ofrezca una oferta mejor. (Martinez, 2017, p. 64)

La atención al comprador es poco homogénea, es decir que prestación de sus servicios es de mala calidad mientras que en la buena atención al cliente es necesario para el logro de sus objetivos empresariales.

También se puede mencionar la insatisfacción al cliente en la comercializadora Mega proprinec debido a que no dispone de un sistema de climatización adecuada. “Esto expresa que sistema de climatización se basa en la utilización de unidades de tratamiento de aires que ajustan a parámetros de funcionamiento para una zona concreta del edificio con unos requisitos homogéneos de confort” (Conde X. , 2016, pág. 7). Es decir que el sistema de climatización que tienen no abastece para toda la parte inferior donde ofrecen sus productos.

Otro resultado a causa de la insatisfacción al cliente es la impaciencia en los compradores por el poco espacio en los pasillos ya que al encontrarse dos consumidores uno de los dos tiene que regresar hasta el otro pasillo para que pueda pasar el otro comprador debido a que el espacio de los pasillos es muy reducido y esto ocasiona

disgusto y pérdida de tiempo para ambos usuarios ya que al momento de que el usuario detiene su compra para resolver el inconveniente del poco espacio al transitar por los pasillos tiene como consecuencia final una gran insatisfacción por parte del cliente.

Además ocurre la incorrecta descripción del producto al no tener conocimiento de cómo hacer este tipo de trabajo la atención al cliente es regular tanto que a veces el cliente llega a la caja con productos de precios equivocados y esto causa molestias porque el cliente lleva otra cuenta y llegando a la realidad es otro el valor, esto debe ser de prioridad para los trabajadores del comisariato que sepan en su totalidad las especificaciones del producto, es decir saber todas las características del producto, el precio para así evitar a toda costa la insatisfacción al cliente, sin duda alguna se debería contar con empleados capacitados que tenga el conocimiento necesario de todos los productos que se proporciona en Mega proprinec.

Al tener un completo conocimiento de todo lo que brinda la comercializadora el cliente se irá satisfecho y realizara sus compras frecuentemente en dicho local.

Esto significa que, de cierta forma, que los clientes de compra frecuente son los que realizan compras repetidas a menudo, o cuyo intervalo de tiempo entre una compra y otra es más corta que el realizado por la información de la mayoría de los general estos clientes están complacidos con la empresa, sus productos y servicios. (Ormeño & Sanz, 2018, p. 10)

Es por eso que es importante no desatender las relaciones con ellos y proporcionarles un servicio a los consumidores personalizados.

Asimismo la falta del sistema de climatización es muy deficiente ante la percepción de los clientes de consumo frecuente que visitan a diario este comisariato ya que en el momento de una gran acogida de clientes el ambiente se torna bastante caluroso y más cuando fuera del local existe altas temperaturas, en su interior se percibe ese cambio de temperatura. “Esto significa que, en cierto sentido, los clientes de consumo frecuente “son aquellos que realizan consumo a menudo o cuyo intervalo de tiempo entre un consumo y otro es más corto que el realizado por el resto de clientes” (Martinez, 2017, pág. 63). Esto también incomoda a los compradores porque sienten la falta de climatización y entran en un cambio de ánimo por el calor que empieza generar por la falta de climatización.

Al mismo tiempo en ciertos productos que se venden tienen un cambio de temperatura por la falta de climatización ya que no cumplen en lo que está establecido como recomendaciones en cada producto que debe estar en un lugar fresco y a cierto grado de temperatura como deberían ser lo normal en cualquier centro comercial “Esto simboliza que de cierta manera la temperatura es una magnitud física que sirve para caracterizar el valor de su energía térmica, es decir del nivel de agitación media de las partículas que componen un sistema material” (Anton , 2016, pág. 239). Un claro ejemplo es el de las barras de chocolates que al momento de estar expuestos a mínimos grados elevados de temperatura empieza a derretirse y esto se origina a falta de frescura dentro del local

Otro tipo de insatisfacción al cliente se da al momento de promocionar los productos en vista que este comercial no solo ofrece productos de primera necesidad y artículos para el hogar sino también ofrece productos como cosméticos de la marca Yanbal pero la insatisfacción al cliente empieza al momento de ver que estos productos no se encuentra en un espacio acorde a la exhibición del mismo y esto es a causa del poco espacio que ofrece el local ya que el comisariato no tiene bien dividida sus secciones.

Una problemática más a causa del poco espacio físico de la comercializadora Mega proprinec que se ha podido observar al momento de realizar la investigación de nuestro caso de estudio es que en el lugar le hace falta un parqueadero privado que brinde el comisariato a todos sus clientes que acuden a realizar sus compras y proveedores que entregan productos, esta falta de parqueaderos tiene un efecto secundario en sus clientes que es la insatisfacción del cliente ya que los compradores que se dirigen en sus vehículos caminan distancias extensas al lugar donde van a realizar sus compras, poniendo en riesgo su seguridad y la de sus vehículos.

En la visita física al lugar me pude dar cuenta que los parqueaderos públicos que se encuentran en la vía no son suficientes para los clientes que realizan compras en dicho establecimiento ya que en la calle Abdón Calderón en donde se encuentra ubicado la comercializadora Mega proprinec es una vía de constante flujo vehicular y solo existe aproximadamente 10 parqueaderos, donde solo dos que se encuentran frente al comisariato son separados y señalizados por conos para que tengan la opción al desembarque de la mercadería para el local pero más no para que sean utilizados por los clientes.

Todo lo mencionado se ha ido desarrollando durante el estudio que hemos venido realizando y como se lo ha indicado anteriormente esto se debe al poco espacio físico donde se encuentra ubicado la “comercializadora Mega proprinec” de la ciudad de Babahoyo ya que no tiene opción a poder realizar una ampliación tanto para poder tener más productos que ofrecer a los clientes, esto se da debido a las edificaciones que están a sus costados, peor aún realizar un parqueadero acorde para las necesidades del cliente y así poder tener como resultado final una clientela satisfecha.

CONCLUSIONES

Se puede concluir que la “comercializadora Mega proprinec” se dedica a la comercialización de artículos de primera necesidad, artículos para el hogar, confitería, productos de bazar, productos de librería, productos de yanbal, siendo así el comisariato que abastece los productos a todas las personas del casco urbano y a sus parroquias aledañas ofreciendo una gran variedad de productos tanto al por mayor como al por menor a precio bajos, dirigiéndose así a personas de clase media y baja.

La “comercializadora Mega proprinec” de la ciudad de Babahoyo se da la inadecuada logística debido a la mala organización en cuanto a los productos que se encuentran en la parte inferior del local donde exhiben y también los productos que se encuentra en bodega, esto es debido al poco espacio físico que tiene el local para promocionar los productos que ofrece este local ya que al no contar con un espacio

amplio y cómodo para la atención de sus clientes ocasiona una insatisfacción en los compradores.

Por otro lado se encuentran los clientes que han manifestado que no se sienten satisfechos por completo al momento de ser atendidos por los miembros de esta comercializadora debido a que no tiene el conocimiento para poder proporcionar la información que el cliente desea saber.

A medida que se ha realizado la investigación sobre el caso de estudio se ha podido notar la falta de climatización dentro del local esto como consecuencia a generado malestar en los clientes que acuden a realizar sus compras, esto se ha podido confirmar mediante las encuestas realizadas a los clientes que frecuenta a realizar compras en este local ya que siente la insatisfacción debido a que dentro del local se percibe un ambiente muy caluroso y esto ocasiona que los compradores se sientan de mal humor

BIBLIOGRAFÍA

- Amaya, R. (2018). *Intervencion sobre partes integrativas en el cluster de logistica del atlantico*. Universidad del Norte, 2018.
- Anton , J. L. (2016). *Fisica y Quimica 4° ESO (LOMCE)2016*. Editex, 2016.
- Brenes, P. (2015). *Tecnicas de almacen*. Editex,2015.
- Caldas, M. E. (2017). *Empresa e iniciativa emprendedora*. Editex, 2017.
- Conde, X. (2016). *Reforma de sistemas de climatizacion en edificios*. Xavier Novoa Conde, 2016.
- Conde, X. N. (2016). *Reforma de sistemas de climatizacion en edificios* . Xavier Novoa Conde,2016.
- Dulce María Andrés, J. L. (2016). *Física y Química 4° ESO (LOMCE)2016*. Editex, 2016.
- Gomez, L. (2016). *Direccion de recursos humanos*. PEARSON EDUCACIÓN, S.A, Madrid, 2016.
- Herederro, C. d. (2019). *Organizacion y transformacion de los sistemas de informacion en la empresa*. ESIC, 2019.
- Herederro, C. d., & López, J. J. (2019). *Organizacion y transformacion de los sistemas de informacion en la empresa*. ESIC, 2019.
- Iglesia, A. (2016). *Distribucion y Logistica*. ESIC editorial,2016.
- Luis R. Gomez-Mejia, D. B. (2016). *Dirección de Recursos Humanos*. Madrid: PEARSON EDUCACIÓN, S.A., Madrid,2016.

- Martinez, M. P. (2017). *Tecnicas de comunicacion 2.º edicion 2017*. Ediciones Paraninf, S.A, 2017.
- Morillo, A. D. (2015). *Diseño y Organizacion del alamacen*. Ediciones Paraninfo, S.A.,2015.
- Ormeño, A., & Sanz, L. (2018). *Archivo y comunicacion* . Editex, 2018.
- Pombo, J. R. (2016). *Proceso integral de la actividad comercial 2º, edicion*. Paraninfo, S.A.
- Ramirez, A. C. (2015). *Logistica Comercial Internacional*. Universidad del Norte, 2015.

ANEXOS



ESTUDIO DE CASO

Tema: Logística en la comercializadora Mega proprinec

Objetivo: Determinar los factores que inciden por la inadecuada logística en la comercializadora Mega proprinec

Encuesta dirigida a los clientes

1. ¿Con cuánta frecuencia compra productos en el comisariato Megapropinec?

Con frecuencia

Poca frecuencia

A veces

Rara vez

Nunca

2. ¿La atención que brindan los empleados del comisariato Megrapropinec es?

Excelente

Satisfactorio

Buena

Mala

Regular

3. ¿Qué tan adecuado considera usted que es el espacio del local

Megapropinec?

Muy adecuado

Adecuado

Ni adecuado, Ni inadecuado

Poco adecuado

Inadecuado

4. ¿Cree usted que se debería realizar una modificación en cuanto a la logística del comisariato Megapropinec?

Si No

5. ¿Piensa usted que la clasificación de los productos emperchados es la correcta?

Si No

6. ¿Cree usted que el número de cajeros es suficiente para la cantidad de clientes?

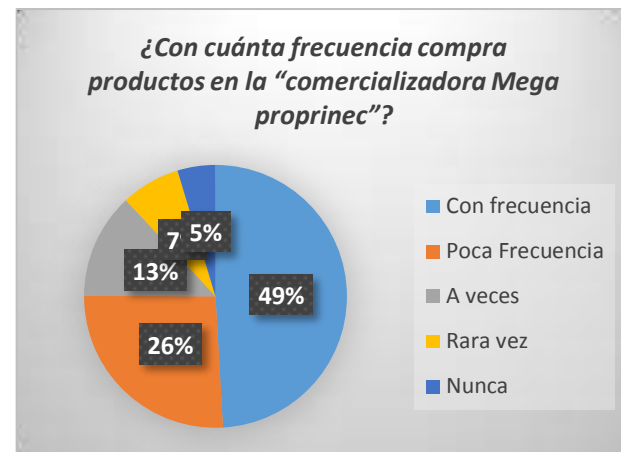
Si No

Tabla 1

Pregunta 1: ¿Con cuánta frecuencia compra productos en la “comercializadora Mega proprinec”?

DETALLE	FRECUENCIA	%
Con frecuencia	188	49 %
Poca frecuencia	100	26 %
A veces	50	13 %
Rara vez	28	7 %
Nunca	19	5 %
Total	385	100 %

Fuente:
Datos
obtenidos
mediante la
encuesta
(elaboración
propia)

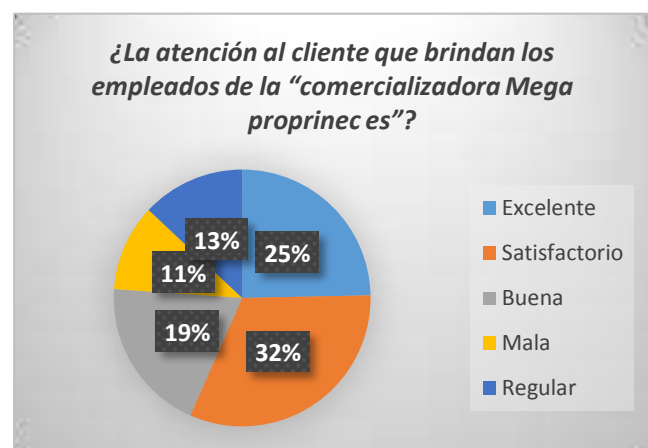
Análisis:

De acuerdo a la frecuencia de los que compran productos en la “comercializadora Mega proprinec” respondieron que 188 personas con el 49% compran con frecuencia productos en el comisariato, 100 personas con el 26% compra con poca frecuencia productos en la comercializadora y 50 personas con el 13% compra a veces productos en el comisariato, 28 personas con el 7% compra rara vez productos en la comercializadora, 19 personas con el 5% no compra nunca productos en Mega proprinec.

Tabla 2

Pregunta 2: ¿La atención al cliente que brindan los empleados de la “comercializadora Mega proprinec es”?

DETALLE	FRECUENCIA	%
Excelente	95	25 %
Satisfactorio	123	32 %
Buena	75	19 %
Mala	42	11 %
Regular	50	13 %
TOTAL	385	100 %



Fuente: Datos obtenidos mediante la encuesta (elaboración propia)

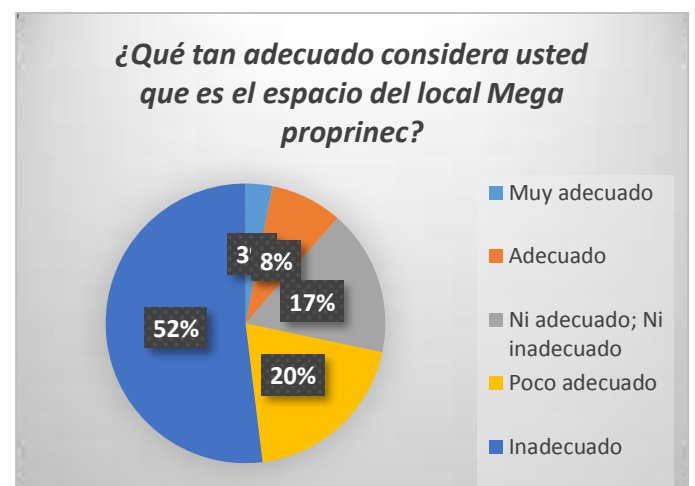
Análisis:

De acuerdo a la frecuencia de atención al cliente que brindan los empleados de la “comercializadora Mega proprinec es 95 personas con el 25% respondieron que la atención al cliente que brindan es excelente, 123 personas con el 32% respondieron que la atención al cliente es satisfactorio y 75 personas con el 19% respondieron que la atención al cliente es buena, 42 personas con el 11% respondieron que la atención al cliente es mala, 50 personas con el 13% respondieron que la atención al cliente es regular.

Tabla 3

Pregunta 3: ¿Qué tan adecuado considera usted que es el espacio del local Mega proprinec?

DETALLE	FRECUENCIA	%	
Muy adecuado	12	3 %	Fuente: Datos obtenidos mediante la encuesta (elaboración propia)
Adecuado	32	8 %	
Ni adecuado; Ni inadecuado	65	17 %	
Poco adecuado	76	20 %	
Inadecuado	200	52 %	
TOTAL	385	100 %	



Análisis:

De acuerdo a la frecuencia qué tan adecuado considera usted que es el espacio del local Mega proprinec 12 personas con el 3% respondieron que el espacio del local es muy adecuado, 32 personas con el 8% respondieron que el espacio del local es adecuado, 65 personas con el 17% respondieron que el espacio del local es ni adecuado ni inadecuado, 76 personas con el 20% respondieron que el espacio del local es poco adecuado, 200 personas con el 52% respondieron que el espacio del local es inadecuado.

Tabla 4

DETALLE	FRECUENCIA	%
---------	------------	---

SI	325	84 %
NO	60	16 %
TOTAL	385	100 %

izadora Mega proprinec”?

Pregunta 4: ¿Cree usted que se debería realizar una modificación en cuanto a la logística de la “comercializadora Mega proprinec”?



Fuente: Datos obtenidos mediante la encuesta (elaboración propia)

Análisis:

De las 385 encuestas aplicadas, la pregunta se refiere a cree usted que se debería realizar una modificación en cuanto a la logística de la “comercializadora Mega proprinec”, donde 325 personas que corresponde al 84% si cree que se debería realizar una modificación y 60 personas con el 16% no cree que se debería realizar una modificación. Es decir en el gráfico podemos apreciar que en su mayoría las consumidores si cree que se debería realizar una modificación en la “Comercializadora Mega proprinec”

Tabla 5

Pregunta 5: ¿Piensa usted que la clasificación de los productos emperchados es la correcta?”

DETALLE	FRECUENCIA	%
SI	175	45%
NO	210	55 %
TOTAL	385	100%



Fuente: Datos obtenidos mediante la encuesta (elaboración propia)

Análisis:

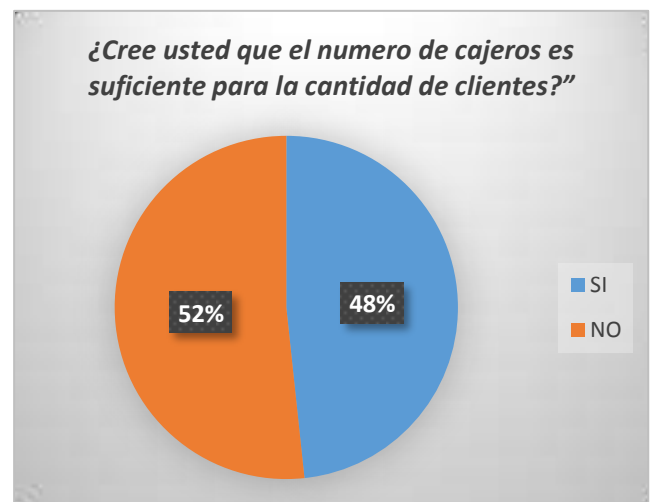
De las 385 encuestas aplicadas, la pregunta se refiere Piensa usted que la clasificación de los productos emperchados es la correcta, donde 175 personas que corresponde al 45% respondió que si es correcta la clasificación de los productos; y 210 personas con el 55% manifestó que no es correcta la clasificación de los productos. Es decir en el gráfico podemos apreciar que en su mayoría los consumidores opinan que la clasificación de los productos emperchados no es la correcta.

Tabla 6

Pregunta 6: ¿Cree usted que el numero de cajeros es suficiente para la cantidad de clientes?"

DETALLE	FRECUENCIA	%
SI	186	48%
NO	199	52 %
TOTAL	385	100%

Fuente: Datos obtenidos mediante la encuesta (elaboración propia)



Análisis:

De las 385 encuestas aplicadas, la pregunta se refiere Cree usted que el numero de cajeros es suficiente para la cantidad de clientes, donde 186 personas que corresponde al 48% respondió que si es suficiente el numero de cajeros para la cantidad de clientes; y 199 personas con el 52% respondió que no es suficiente el numero de cajeros para la cantidad de clientes. Es decir en el gráfico podemos apreciar que en su mayoría los consumidores piensan que no es suficiente el número de cajeros para la cantidad de clientes



ESTUDIO DE CASO

Tema: Logística en la comercializadora Mega proprinec

Objetivo: Determinar los factores que inciden por la inadecuada logística en la comercializadora Mega proprinec

Entrevista dirigida a la administradora

- 1. ¿Piensa usted que el espacio que tienen los clientes al recorrer los pasillos es el adecuado?**
- 2. ¿Cuáles son las dificultades que tienen los clientes al momento de buscar un producto?**
- 3. ¿Qué herramientas utiliza usted para determinar si sus empleados necesitan capacitación?**
- 4. ¿Si ha pensado usted en ampliar el local de los clientes, o habilitar el piso siguiente para que así los clientes tengan mas espacio al momento de realizar sus compras?**