



UNIVERSIDAD TECNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA

PROCESO DE TITULACIÓN
ABRIL – AGOSTO 2024
EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN COMERCIO

TEMA:
GESTIÓN DE ABASTECIMIENTO EN EL COMERCIAL ZURITA DE LA CIUDAD DE
BABAHOYO, EN EL PERIODO 2023

ESTUDIANTE:
JENIFFERD JANETH MOSCOSO MIRANDA

TUTOR:
ING. JUAN OSWALDO ORTIZ CAMPI M_sC

AÑO 2024

Índice

Resumen	3
Abstract	4
Planteamiento del problema	5
Justificación	8
Objetivos	9
Línea de investigación	10
Articulación del tema	11
Marco conceptual	12
Marco metodológico	26
Resultados	27
Discusión de resultados	29
Conclusiones	31
Recomendaciones	32
Referencias	33
Anexos	35

Resumen

El presente estudio de caso con el tema “Gestión de abastecimiento en el comercial Zurita de la ciudad de Babahoyo en el periodo 2023” contiene las mayores problemáticas que el establecimiento presenta las cuales son una demanda superior a la oferta, inadecuado almacenamiento y bajas ventas, el fin de su realización es la importancia que tiene la gestión de abastecimiento en cualquier empresa. El objetivo principal es Analizar la gestión de abastecimiento mediante técnicas de investigación para detectar los puntos críticos, el método utilizado fue el descriptivo el cual amplió la perspectiva acerca de los factores causales de la organización, las técnicas que se implementaron fueron el análisis de factores internos mediante una Matriz EFI además de un cuestionario de preguntas que se estructuró para poder realizar una entrevista al gerente del establecimiento. Los resultados obtenidos a través de los instrumentos de investigación demuestran que los factores internos que afectan a la empresa en el área de abastecimiento son las falencias que presentan los productos, el poco inventario, la participación en el mercado muy baja y que el inadecuado sistema que manejan retrasa los procesos, al realizar la entrevista se determinó las problemáticas y situación con los proveedores que aunque se cuenta con un sistema de gestión de relación los acuerdos incumplidos no son penalizados, por este motivo se sugiere que el comercial aplique un sistema de mejora de almacenamiento para optimizar recursos, así mismo ampliar su catálogo de productos e implementar reglamentos para el correcto cumplimiento de los acuerdos.

Palabras claves

Abastecer, Servicio, Optimizar, Automatizar, Procesos

Abstract

This case study with the topic "Supply management in the Zurita shopping center in the city of Babahoyo in the period 2023" contains the biggest problems that the establishment presents, which are a demand greater than supply, inadequate storage and low sales, The purpose of its realization is the importance of supply management in any company. The main objective is to analyze supply management through research techniques to detect critical points, the method used was the descriptive one which expanded the perspective on the causal factors of the organization, the techniques that were implemented were the analysis of internal factors through an EFI Matrix in addition to a questionnaire of questions that was structured to be able to conduct an interview with the establishment manager. The results obtained through the research instruments demonstrate that the internal factors that affect the company in the supply area are the deficiencies that the products present, the little inventory, the very low market participation and that the inadequate system that manage delays the processes, when conducting the interview the problems and situation with the suppliers were determined that although there is a relationship management system, unfulfilled agreements are not penalized, for this reason it is suggested that the salesperson apply a system to improve storage to optimize resources, also expand its product catalog and implement regulations for correct compliance with agreements.

Keywords

Supply, Service, Optimize, Automate, Processes

Planteamiento del problema

El Comercial Zurita es un negocio que se dedica a la comercialización de fertilizantes e insumos agrícolas, su número de Ruc es 0601637614001 y el dueño es el señor Guillermo Arturo Zurita Vega, está ubicado en la Provincia de Los Ríos en la ciudad de Babahoyo sin otras sucursales, se incorporó en el mercado desde hace 13 años ofreciendo sus productos al por mayor y menor a todo el país, su horario de atención es de Lunes a Domingo, se caracteriza por ofrecer asesoría acerca del funcionamiento de los productos que venden además de contar con personal capacitado y que embarca la mercadería adquirida por los clientes en sus vehículos.

Durante el periodo económico 2023 presentó las siguientes problemáticas:

Para empezar la empresa se enfrenta a la problemática de contar con una demanda superior a la oferta, los clientes se acercan al negocio para la adquisición de productos pero no logran completar la compra debido a que lo que buscan ya no se encuentra en stock y la empresa no tiene en ningún otro lado mercadería extra almacenada para emergencias, el comercial Zurita vuelve a abastecerse cuando la solicitud de encargos ya es menor, debido al tiempo de entrega largo y la alta petición que tiene el mercado dificulta a quienes abastecen cumplir con su trabajo en un corto plazo, así mismo motivo de esta falencia se crea una nueva problemática que es la falta de previsión de siniestros por parte de la empresa, los imprevistos en rutas por razones naturales son comunes y frecuentes, al no tener un plan que solucione o prevea este tipo de falencias que no permiten que el servicio sea óptimo la imagen corporativa se ve afectada al igual que la rentabilidad.

Uno de los componentes más importantes dentro de la cadena de abastecimiento son los proveedores quienes son los encargados de reabastecer al negocio de inventario, al presentar falencias debido a su incumplimiento con los cronogramas de entrega establecidos previamente por ambas partes, se genera la pérdida de recursos como el tiempo y dinero, además el incorrecto

manejo del producto durante su respectivo traslado genera la problemática de deficiencia de la calidad, provocando que algunos de ellos lleguen a su destino en estado defectuoso que no se puede ofrecer a los clientes por problemas como fugas, envases rotos o hasta falencias en el número correcto de productos solicitados lo que como consecuencia provoca que el stock sea menor al que se tenía previsto y el negocio queda desabastecido durante el periodo de reabastecimiento de mercadería que suele tomar varios días.

De la misma forma la problemática de insuficiencia de productos fue definida gracias a los resultados de analizar a la competencia, se estableció que el comercial Zurita tiene menos variedad de productos en su inventario en comparación con otros establecimientos dedicados a la misma línea de venta, los cuales son demandados por el mercado y al no tener abastecimiento de ellos la consecuencia es encaminar a los consumidores actuales tener que acercarse a otros establecimientos para proceder a adquirirlos y satisfacer su necesidad, este problema de aprovisionarse de solo algunos de los insumos que pide la demanda es un factor generador de pérdidas para la empresa.

En función con la problemática anterior la disminución de las ventas es el resultado de la suma de las problemáticas que presenta el comercial, los clientes al no encontrar todos los productos que fueron a comprar prefieren acercarse a otro sitio que sí esté abastecido con todo lo que demandan sus necesidades, al perder a todos estos clientes debido a sus falencias el margen de las ventas se va disminuyendo gradualmente por lo cual la sostenibilidad del negocio se ve afectada en gran medida por lo que a largo plazo si las ventas siguen bajando no habrá capital para mantenerse en el mercado volviéndose un negocio no rentable.

En este sentido se comprende que la competencia juega un papel importante en el mercado y se trata de ofrecer algo mejor que las otras marcas, crear una diferenciación en el proceso de

compra, los rivales comerciales del negocio se destacan por contener un mayor número de inventario logrando con esto captar la atención de los clientes generando ingresos a su favor, esta problemática tiende a ser bastante peligrosa a largo plazo debido a que se genera la idea en los clientes de que otros comerciales si les ofrecen lo que buscan convirtiéndoles en clientes fieles de esa marca y la empresa pasa a quedar en segundo lugar.

Finalmente cuando los productos recién llegan al almacén presentan problemáticas en el correcto almacenamiento, también no cuentan con un ordenado sistema que facilite localizar el producto solicitado por los clientes perjudicando la optimización del recurso del tiempo, además algunos de los productos necesitan un entorno apropiado que cumpla con ciertas características que ayuda a la conservación de su beneficio, es decir algunos de esos productos deben mantenerse almacenados en cierta temperatura para que no se dañen así mismo no se respetan las indicaciones que vienen detalladas en las propias cajas que indican como se deben almacenar y la cantidad de peso límite que pueden soportar para su apilamiento.

Justificación

La realización de este trabajo de estudio se hace porque la gestión de abastecimiento es un componente importante para todos los negocios que basan sus operaciones en la disponibilidad continua y eficiente de productos de calidad para sus actividades diarias de compra y venta, las falencias del comercial Zurita que se presentaron en el periodo económico 2023 aumentan su relevancia debido a la competencia constante del mercado, además de la alta demanda de productos que existe especialmente en tiempos de siembra donde comienza la mayor frecuencia de compra.

Este trabajo se realiza para detallar cada una de las problemáticas detectadas y proceder a realizar su respectivo estudio de manera eficaz para lograr determinar y plantear recomendaciones necesarias para su erradicación, optimizar los procesos de abastecimiento en el Comercial, que su eficiencia operativa mejore, se reduzcan costos y mayor disponibilidad de productos que se les ofrece a los clientes, al implementar una gestión de abastecimiento efectiva se busca que la satisfacción de los clientes aumente, la relación con los proveedores mejore y la rentabilidad aumente.

Una eficaz gestión de abastecimiento en el comercial Zurita beneficia a varias partes: El principal beneficiado es el dueño del negocio debido a que la rentabilidad de la empresa mejora, además los costos operativos se reducen y las ventas aumentan por que se cuenta con una mejor disponibilidad de los productos así mismo los recursos que se utilizan se optimizan. Los empleados también son beneficiados al tener mejoras su productividad aumenta y el estrés que les generaba las falencias se reducirán permitiendo que realicen sus actividades con una actitud nueva, además los clientes son beneficiados ya que son aquellos que disfrutaran de un mejor entorno son quienes visualizan los resultados de las mejoras que se han establecido aumentando su satisfacción y manteniendo su relación positiva con la empresa.

Objetivos

Objetivo general:

Analizar la gestión de abastecimiento del comercial Zurita mediante técnicas de investigación para detectar puntos críticos.

Objetivos específicos

1. Identificar los factores internos que afectan la gestión de abastecimiento mediante una matriz EFI para determinar las falencias dentro del negocio.
2. Determinar las herramientas utilizadas en la gestión de abastecimiento aplicando una entrevista al gerente del negocio para determinar los puntos de mejora en el negocio.
3. Recomendar alternativas que permitan optimizar la gestión de abastecimiento.

Línea de investigación

El presente estudio de caso que se titula “Gestión de abastecimiento en el comercial Zurita de la ciudad de Babahoyo, en el periodo 2023” es un diagnóstico de la situación de abastecimiento en el que se analizan los diversos factores en los resultados al final del periodo, con el que se buscó hacer un análisis de las técnicas y procedimientos que se aplican en el área de abastecimiento, que es una acción que genera ingresos, este trabajo debido a su constitución se relaciona con la línea de investigación: Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control y se enmarca en la sublínea: Empresas e instituciones públicas y privadas por el motivo de los siguientes aspectos:

Existe un vínculo directo entre las actividades realizadas dentro del comercial Zurita de la ciudad de Babahoyo y la línea de investigación: Gestión financiera, administrativa, tributaria, auditoría y control debido a que es una empresa comercial que se dedica exclusivamente a la compra y venta de productos agroquímicos cuyo mercado está conformado por toda la comunidad debido a que no existen restricciones de público para la adquisición de estos productos, se distingue de la gestión de abastecimiento que es la que permite el adecuado control de inventario en el establecimiento estipulando un servicio óptimo para la comunidad.

Este caso de estudio se enmarca dentro de la sublínea: Empresas e instituciones públicas, la variable a estudiarse es la gestión de abastecimiento, la cual representa un proceso en el cual se coordinan varios factores como lo son un grupo de personas y recursos para alcanzar un óptimo y eficaz abastecimiento en la empresa, así mismo dentro del comercial Zurita en referencia se involucra una serie de procesos que funcionan como guía para poder realizar toda esta serie de actividades las mismas presentarán a manera de recomendaciones en este documento como una guía de mejora para el establecimiento.

Articulación del tema

El estudio de caso tiene vinculación con las actividades ejecutadas durante el periodo de las prácticas preprofesionales debido a que su importancia radica en cada una de las diferentes tareas que se desarrollaron en la empresa seleccionada para esta etapa, están vinculadas con la gestión administrativa, lo que permite ponerlas en práctica, mejorar y facilitar el proceso gracias a la experiencia y conocimientos adquiridos con el propósito de presentar un trabajo de calidad, estructurado eficientemente basado en los datos obtenidos del comercial Zurita en el periodo 2023.

Los conocimientos, habilidades y técnicas que fueron el resultado de este proceso permiten resaltar su importancia y ser parte de la estructura del estudio de caso, el desarrollo del actual trabajo embarca la implementación y sugerencia de estrategias, la toma de decisiones, la optimización de recursos y la comunicación directa los cuales son aspectos de suma relevancia en los entornos empresariales, cada uno permite completar cada fragmento como es la identificación de las problemáticas, la ejecución de las técnicas de investigación y posteriormente la discusión de resultados para las conclusiones y determinación de las recomendaciones que mejoran las falencias encontradas.

Este estudio de caso también se relaciona con el proceso de vínculo debido a que las falencias detectadas al realizar la respectiva recolección de datos son factores que afectan a la comunidad en general, en el proceso de entrevista con el gerente se apreció la atención y la perspectiva que los clientes tienen del establecimiento, cada una de ellas están relacionadas con las diferentes etapas, benefician al proyecto debido a que los resultados son puestos en práctica y nuevas destrezas son descubiertas, su implementación fue vital para detectar los puntos de mejora al mismo tiempo que contribuía a la finalización eficiente del trabajo.

Marco conceptual

Descripción de la empresa

El comercial Zurita es un agroservicio que se encuentra ubicado en la ciudad de Babahoyo en la calle Pedro Carbo entre García Moreno y Juan x Marcos de la provincia de Los Ríos, su propietario es el señor Guillermo Arturo Zurita Vega, el negocio nació como una nueva propuesta de inversión dirigida a otro mercado objetivo ya que cuenta con un comercial en la ciudad de Quevedo que ofrece productos y servicios para mascotas lugar donde reside el propietario, pertenece a la industria agropecuaria, su objetivo al establecerse en esta ciudad es la gran cantidad de agricultores que hay en la zona y sus alrededores.

Su misión es brindar soluciones agrícolas sostenibles e innovadoras que incentiven la productividad de los clientes, al mismo tiempo que protege el medio ambiente y aporta en la visibilidad del desarrollo rural. Su visión es ser líder en la provincia, reconocido por ofrecer servicios excelentes al igual que productos de calidad velando por el bienestar de las comunidades agrícolas. Entre los valores que destaca a la institución comercial está la integridad al siempre actuar con transparencia y honestidad en sus procesos, el compromiso con los consumidores donde convierte a los clientes en el punto focal de movimiento de sus acciones y responsabilidad ambiental manteniendo entre su stock productos orgánicos.

La mayor competencia de la empresa se encuentra en la misma zona geográfica y son los comerciales Agripac, Fertisa y Dr. Agro, la ventaja competitiva que tiene el Comercial Zurita en referencia con los otros es que los precios son más bajos, un factor fundamental para los clientes. Entre los productos que maneja se encuentran los fertilizantes, diferentes tipos Urea que son Prilada, Granulada y Microprilada así mismo de semilla para la siembra, al acercarse a comprar se ofrece la asesoría de dos ingenieros que conocen las características y beneficios de los productos.

Concepto de Gestión de abastecimiento

¿Qué es el abastecimiento?

El abastecimiento es considerado el proceso de identificar, evaluar y seleccionar proveedores para proporcionar bienes y servicios. Cuando es aplicado de manera táctica y estratégicamente sus actividades pueden llegar a afectar el precio, la calidad de los productos y las existencias de los bienes y servicios de las organizaciones. El abastecimiento es un paso de suma importancia durante el proceso que involucra la cadena de suministro, en esta se supervisa el proceso de producción de los bienes y servicios. Las empresas crean métodos de aprovisionamiento para lograr una red de proveedores los que sirven como eslabones de la cadena y son los encargados del transporte de la mercancía (Jonker, 2023).

El abastecimiento juega un papel de suma importancia en todas las empresas que ofrecen productos y servicios, al ser parte de la cadena de suministro, todos los procedimientos y métodos que guían al producto desde en algunos casos la obtención de materia prima hasta la adquisición de la mercancía para su consumo, en error o mal manejo afecta la cadena y se producen retrasos, pérdidas de recursos, insatisfacción y se presenta al público una imagen corporativa negativa demostrando falencias que son aprovechadas por los competidores para aumentar sus ventas.

La gestión de la cadena de abastecimiento

La gestión de compras y de aprovisionamiento se encuentra orientada hacia la adquisición, reposición, y en especial a la administración y entrega de los materiales y los suministros circunstanciales que son utilizados para obtener un óptimo funcionamiento organizacional. Todo lo anteriormente mencionado se lleva a cabo con el objetivo de brindar calidad y cantidad en un precio justo para ambas partes, así persiste el equilibrio del beneficio para la empresa y el

proveedor. Esta área en específico tiene como propósito funcionar como intermediaria entre la empresa, los clientes y los proveedores (Mora, 2023).

La cadena de abastecimiento sigue un proceso que conlleva al adecuado funcionamiento de la empresa, además se trata de crear relación entre la empresa, los clientes y los proveedores, estos últimos son los encargados de abastecer de productos el negocio para posteriormente ordenarlo y ofrecerlo al mercado, siempre priorizando que exista equilibrio entre todas las partes que forman parte de este proceso para que los resultados sean óptimos, al hacerlo la empresa es considerada eficiente, eficaz y capaz de operar sin problemas.

La gestión de la cadena de abastecimiento, es una actividad que vincula varias áreas de la empresa, desde el área de compras hasta el servicio postventa, pasando por el abastecimiento de las materias primas, la producción, el manejo de inventarios, distribución de productos, transporte y gestión de la información. Su función principal es que el cliente obtenga el producto correcto, en el lugar, tiempo y precio que él lo necesite, por esta razón la gestión de la cadena de abastecimiento debe ser basada en las necesidades y requerimientos que pide el cliente en asociación con las capacidades con las que cuenta la empresa. En las organizaciones la cadena de abastecimiento integra las áreas operativas de: Aprovisionamiento de materias primas, suministros, equipos, productos en elaboración y productos listos para la venta, transporte de las materias primas partiendo desde los proveedores a la fábrica, luego pasa a la distribución cuando está terminado hasta los clientes y consumidor final, compras, negociación con proveedores, administración de servicios especializados (Díaz, 2019).

La gestión de la cadena de abastecimiento no consta de un par de actividades y procedimientos para completarse, en realidad las etapas y trabajos que se realizan necesitan de recursos como el dinero, tiempo y mano de obra ya que se engloban una gran cantidad de pasos

para dar por finalizado este proceso hasta su siguiente puesta en marcha, además diferentes áreas de la organización son necesarias para su desarrollo debido a los aportes que brindan, las compañías relacionan las necesidades de los clientes con la capacidad propia de realizar el trabajo de satisfacción.

En la actualidad las organizaciones se encuentran en una búsqueda constante de alternativas que le permitan conseguir soluciones a los cada vez mayores retos que enfrentan en un entorno altamente competitivo. Son muchos los problemas a enfrentar, la globalización y los avances tecnológicos son algunos de ellos. En este sentido, cada organización necesita desarrollar una estructura y procesos ajustados a las exigencias de los mercados seleccionados, entendiendo que los bienes o servicios deben ser el resultado de altos estándares de calidad para lograr una mayor competitividad y participación. Los factores internos y externos deben estar engranados y favorecer las relaciones de intercambio en cada uno de los eslabones involucrados con la producción y comercialización de productos (Manrique et al., 2019).

Beneficios

Al hacer uso de estrategias efectivas de abastecimiento una empresa puede mejorar sus procesos, consiguiendo la reducción de recursos como los costos y el tiempo beneficiando a la satisfacción de los clientes, gracias a la gestión de la cadena de abastecimiento, las empresas logran detectar áreas de mejora y aplicar los cambios estratégicos de forma constante, los cambios a realizarse pueden ser insignificantes o muy importantes pero cada uno de ellos debe cumplir con el objetivo de mejorar la situación. Hoy en día los mercados son muy cambiantes por este motivo es fundamental que las empresas se sepan adaptar, una adecuada gestión de abastecimiento permite

tener una visión general del entorno y no sufrir al momento del cambio y poder reaccionar con las mejores estrategias y enfrentarse a las nuevas actualizaciones (Alvarado, 2023).

La gestión de la cadena de abastecimiento nos permite tener una visión clara de los recursos que necesitamos en cada etapa del proceso. Lo que ayuda a evitar desperdicios innecesarios y a aprovechar al máximo los recursos con los que se cuenta. Además, la optimización de recursos ayuda a ahorrar dinero y mejorar la rentabilidad, se debe tener presente la innovación constante del mercado que facilitan y mejoran los procesos, gracias a la ayuda de la tecnología los tiempos son más cortos, las ganancias aumentan y la calidad de los productos también mejora.

Proceso de abastecimiento

El entorno empresarial se ha convertido en un ambiente más dinámico y competitivo con el pasar de los años, lo cual exige gestionar el negocio de manera eficaz y eficiente ya sea para subsistir en el mercado o crecer y ser un buen competidor. Por ello, es necesario conocer la situación real de las empresas para poder trabajar las deficiencias detectadas, prevenir eventuales contingencias y superar estándares predeterminados. Para evitar que las empresas obtengan resultados o escenarios desfavorables, todas deberían implementar un sistema de control interno que se adecue a sus características y les permita alcanzar sus objetivos (Alvarado & Canorio, 2022).

Los cambios que se generan en el mercado obligan a las empresas a tomar la decisión de mejorar sus estrategias para simplemente mantenerse o avanzar y superar a la competencia, para poder hacerlo se tiene que implementar un sistema de análisis interno el cual permite reconocer las falencias que deben mejorarse actualmente y aquellos factores que aunque aún no son una problemática están en camino a serlo, para de esta manera darles la debida solución, poder seguir

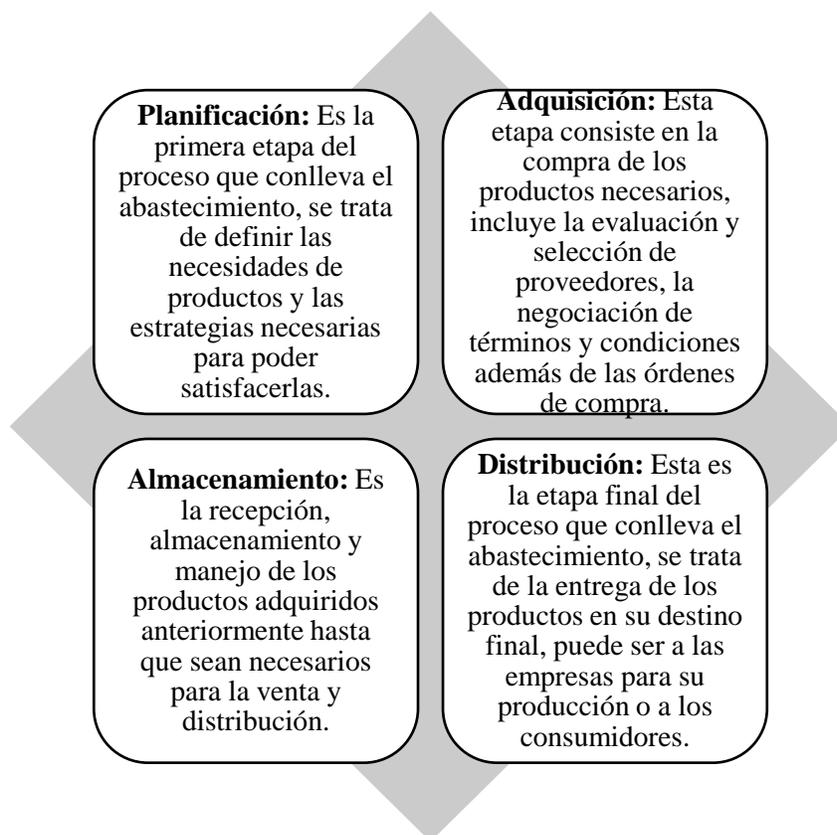
con la mejora continua y adaptarse a la actualidad siendo uno de los competidores del mercado más fuertes.

Etapas del proceso de abastecimiento

Estas etapas son importantes para asegurar que las empresas mantengan una cadena de suministro eficiente y eficaz.

Figura 1

Gráfico Smart de las etapas del proceso de abastecimiento.



Nota: Las etapas que engloban el proceso de la gestión de abastecimiento son la planificación, adquisición, almacenamiento y distribución (Bunce, 2023).

Estrategias de negociación con los proveedores

La estrategia de establecer un tono positivo a la negociación representa el respeto por la experiencia y conocimientos reflejados por parte de los proveedores, el proceso de negociación es un esfuerzo conjunto entre los intereses e inquietudes que pueden presentarse en las asociaciones, revisar la agenda a negociar desde el principio ya que debe existir un acuerdo en los temas que se tratan en el momento de negociar precios u otro factor. Ofrecer propuestas y opciones mutuamente favorables trata de ofrecer dos propuestas u opciones que favorezcan a ambas partes para que el negocio sea atractivo y el proveedor pueda decidir entre alguna, establecer un objetivo, es importante determinarlo ya que no se puede realizar una oferta que solo beneficie a unas de las partes esto guía a los proveedores a no trabajar con la empresa (Amenábar, 2020).

La negociación con los proveedores es importante para los negocios, por este motivo se deben estructurar estrategias que permitan crear lazos sólidos entre las organizaciones y ellos, el respeto y buenos modales al momento de negociar son fundamentales para una buena relación, además se tiene que llevar un registro de lo establecido en las reuniones para determinar los factores y estipulaciones que se expresan, es clave que la empresa otorgue opciones a los proveedores para que elijan entre ellas y la asociación se complete de forma óptima es de tener en cuenta que las opciones presentadas representan beneficios para ambas partes.

Modelos y Estrategias de Abastecimiento

Según Gonzáles (2020) "La gestión de inventarios en relación con el nivel de servicio es una actividad que se vincula directamente con la cadena de valor de la empresa y está en

correlación con las estrategias y tácticas que utiliza la empresa, con el objetivo de satisfacer a los clientes” (Pág. 3).

Modelos de gestión de inventarios

En relación con el comercio, la gestión de inventario significa el stock adecuado, en los niveles adecuados, en el lugar, momento y al costo y precios adecuados; su importancia recae en la exactitud que brindan. Entre los modelos se encuentran: Cantidad de orden económica (EOQ) es la encargada de hallar la cantidad de pedido que minimice los gastos de inventario de una cantidad prioritaria, lo que trata es que siempre sea el mismo nivel de stock, es decir se mantenga; para que el pedido sea adecuado a la cantidad económica de pedido. Análisis ABC este método consiste en calificar las mercancías según la cantidad y el valor que representan, que se ajustan a una de estas categorías: Artículos A representan el 20 % del inventario, Artículos B son el 40 % del total, Artículos C son parte del resto del 40 % (Serrato, 2021).

El Método del precio ponderado está basado en un promedio sin tomar en consideración la fecha de entrada o salida. Su fórmula es sencilla, se multiplica el valor del precio por el número de unidades que tienen ese precio, después el resultado se suma y se divide entre la suma del total de unidades, se hace en cada lote. Mediante el método "Just in time" los materiales deben llegar "justo a tiempo", exactamente en el momento en que se necesitan, esto es válido tanto para los materiales adquiridos a terceros, entregados internamente en distintos puntos del proceso o procesados a través del flujo productivo, es uno de los modelos de gestión de inventario más usados en el mercado (Medina, 2023).

Cada uno de los modelos de gestión de inventarios son útiles, lo que los diferencia son sus características las cuales permiten que las empresas puedan elegir cual utilizar dependiendo de su

actividad económica, sus recursos o su misión. Es recomendable que las empresas hagan uso de uno de estos modelos para llevar control de su gestión de inventarios, algunos dan la ventaja de que al manejarse grandes cantidades de mercancía los costos sean menores o que esta se encuentre en el momento exacto en la ubicación correspondiente para las actividades pertinentes.

Estrategias de abastecimiento Descentralizado vs Centralizado

Un sistema de abastecimiento centralizado de compras se refiere a cuando se realizan desde un único departamento o ubicación generalmente desde la sede principal de la empresa. Por otro lado, un sistema de abastecimiento descentralizado ocurre cuando cada departamento o ubicación hace sus propias compras. Cada método tiene sus propios beneficios y desafíos, pero ambos pueden beneficiarse enormemente de la automatización financiera. La elección entre una estrategia y otra depende de los siguientes factores: Tamaño y estructura de la empresa, naturaleza de los productos, flexibilidad requerida, costos y eficiencia (Moreno, 2023).

Tecnologías en la Gestión de Abastecimiento

Las tecnologías emergentes están desempeñando un papel fundamental en la mejora de la visibilidad de la cadena de suministro y la toma de decisiones. La implementación de sistemas avanzados de gestión de la cadena de suministro el uso de sensores IoT, la adopción de plataformas de análisis de datos, los sistemas de planificación de recursos, las plataformas de compras electrónicas y la inteligencia artificial están permitiendo a las empresas recopilar, analizar y actuar sobre información crítica de manera más eficiente (Grassia, 2024).

La aparición de nuevas tecnologías les abre las puertas a las organizaciones para que amplíen su capacidad productora y los empleados desarrollen nuevas habilidades, cada una de las nuevas mejoras que trae consigo la tecnología permite que todos los procesos sean más fáciles de

ejecutar y la toma de decisiones sea basada en los resultados que ofrece la implementación tecnológica, además por medio de estas innovaciones se estudian las necesidades en tiempo real de los clientes otorgando una ventaja competitiva al aprovecharla y la eficiencia completa de la empresa.

La utilización de las tecnologías de la información en la cadena de suministros trascendió su rol inicial de simple automatización para convertirse en un factor determinante en la competencia global. El futuro de la cadena de suministro está ligada a la evolución constante de las TI, y las organizaciones que abrazan esta realidad están destinadas a liderar el camino hacia la excelencia en la era digital. El avance tecnológico ha brindado las herramientas necesarias para mejorar la accesibilidad y evaluación de la información en tiempo real, permitiendo a las empresas gestionar de manera más eficiente y productiva sus procesos (Orquera, 2023).

La tecnología de Hiper- automatización es impulsado los negocios y las organizaciones lo usan para identificar, examinar y automatizar rápidamente varios procesos comerciales y TI como sea posible, al ser implementada por las empresas la automatización es más completa y la eficiencia mejora ya que los costos se reducen; además de aumentar la competitividad. Los robots de próxima generación son un tipo de herramientas centradas en la empresa que actualmente se mueven velozmente desde la ciencia ficción visible en las pantallas hasta la vida cotidiana, transformando una amplia gama de industrias (Juárez, 2022).

Gemelo de la cadena de suministro digital

Un gemelo digital (*digital twin*) es una representación virtual de una entidad o un proceso físico (puede ser un organismo vivo, una máquina, un sistema, etc.), real o potencial, que simula tanto el estado como el comportamiento del mismo ante diferentes estímulos. La copia digital está

conectada con el objeto físico mediante sensores y se actualiza continuamente para reflejar los cambios del mundo real, la integración de gemelos digitales facilitaría la identificación de cuellos de botella en el proceso logístico y la implementación de mejoras operativas basadas en datos reales y precisos. (Panaggio, 2020).

Los gemelos digitales son presentaciones virtuales que mantienen su actualización gracias a las conexiones con sensores, su uso en la cadena de suministro permite una supervisión continua y precisa de los productos y su flujo. Las empresas que los implementan tienen la ventaja de anticipar y responder con eficacia los cambios que se presentan en la demanda, reducir costos y mejorar los niveles del stock, además de detectar las problemáticas en el proceso logísticos al mismo tiempo que brindan oportunidades de programación de mantenimientos preventivos.

Herramientas de sostenibilidad

La sostenibilidad se ha convertido en una cuestión central para muchas empresas. Por eso muchas de ellas ya trabajan con herramientas de sostenibilidad como eje central de su estrategia de negocio. El objetivo es claro, que su actividad esté alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU. La sostenibilidad empresarial se constituye como la inclusión de medidas sostenibles en el medio corporativo para lograr ciertos beneficios. Por ejemplo, mejorar la reputación de la empresa, aumentar la eficiencia energética, incrementar el compromiso de los empleados o generar nuevas oportunidades de negocio. (Monroy, 2022)

Sistema de planificación de recursos empresariales

Actualmente las empresas organizan sus actividades por medio de un conjunto de procesos de negocio, lo que conlleva a establecer reglas generales que determinen las políticas y la estructura de la información organizacional. Una de las herramientas que una empresa puede emplear para

mejorar sus procesos de negocio es el sistema de información, ya que este es fundamental para llevar a cabo las actividades comerciales y para lograr los objetivos de negocios estratégicos. (Souza, 2021)

El correcto funcionamiento del sistema ERP dependerá de una buena configuración, de la predisposición del personal, así mismo de la experiencia. Por el coste de inversión que requiere este tipo de sistemas, no hay duda de que se obtendrán beneficios en el medio y largo plazo. Por lo tanto, se deben realizar mejoras en el adecuado procesamiento o transferencia de la información para que el área fundamental o especializada tenga los datos correctos; si ese no es el caso, la información proporcionada no será exacta (Infantes et al., 2021).

Indicadores de Rendimiento en Abastecimiento

Indicadores clave de desempeño (KPIs) en la gestión de abastecimiento.

Dentro de todas las empresas es importante llevar un registro de como se llevan los procesos y empezar a ver de qué manera mejorarlos, para lograr una mejora es vital llevar a cabo un registro del funcionamiento de dicho proceso, usualmente este funcionamiento se mide en base al tiempo que se emplea. Para las grandes empresas que manejan miles de procesos a la vez, ya sean operativos o administrativos es importante documentarlos y tomar decisiones respecto a esto (Salas, 2022).

Evaluación de proveedores y gestión de riesgos.

La evaluación de proveedores es un proceso que les permite a las empresas realizar evaluaciones para posteriormente aprobar a los posibles proveedores y vendedores, basándose en si pueden cumplir con los estándares propios de las organizaciones además de con las obligaciones

y acuerdos presentes en el contrato. Su principal objetivo es asegurar una cartera de proveedores y vendedores de bajo riesgo y que sean de alta calidad que cumplan con los términos establecidos en un acuerdo previamente realizado para asegurar una cadena de suministro efectiva y eficiente.

Criterios de evaluación de proveedores

Según Ramos (2024) “Los criterios de evaluación de proveedores tienen que estar alineados con la misión, la ética y los objetivos de la empresa en las áreas como competencia técnica y calidad, costo y rentabilidad financiera, capacidad de comunicación, responsabilidad social y compromisos culturales”.

Evaluar de manera correcta a los proveedores es esencial para que las empresas tengan éxito, este tipo de evaluación es recomendable que sea alineada con la misión, ética y los objetivos corporativos para mejor beneficio, la capacidad de comunicación en este aspecto es importante porque permite una asociación eficiente. La responsabilidad social y los compromisos culturales no deben ser ignorados; es fundamental que los proveedores compartan los valores de sostenibilidad y ética, promoviendo prácticas comerciales responsables y respetando las normativas culturales locales.

Se es posible determinar diferentes criterios con respecto a la calidad y cantidad del proveedor según las necesidades específicas: productos o servicios que cumplan con las especificaciones, precios prudentes, validaciones de calidad, capacidad logística (métodos de entrega, volumen de suministro permitido), la capacidad de aclimatarse a los cambios, imagen corporativa y su correcto cumplimiento de las normas. El objetivo es detectar los problemas que pueden aparecer para evitar sorpresas desafortunadas, la política empresarial no sólo consiste en

ser un buen indicador y centrarse en la calidad del producto, también en la gestión de la calidad (Contreras & Bullon, 2023).

Gestión de riesgos

La gestión de riesgos en la cadena de suministro de las organizaciones, especialmente de las que su *Core* de negocio es la producción de bienes de consumo, es decir, empresas del sector real (alimentos y bebidas, manufactura, automotriz, farmacéutica, etc.), es importante porque, entre otras ventajas, permite: Estar preparados y disminuir la incertidumbre, tener mayor conocimiento y control de los proveedores, garantizar la calidad y confiabilidad de los productos, lograr una mayor eficiencia en toda la cadena, cuidar la imagen, credibilidad y reputación de la marca ante los stakeholders y comunidad en general (Jiménez, 2022).

Cuando se habla de gestión de riesgos en el área de abastecimiento se tiene en cuenta la importancia de este componente durante todo el proceso logístico de la cadena de suministro, este tipo de gestión engloba una serie de estrategias diseñadas para la prevención de falencias. Los principios de gestión del riesgo proporcionan orientación sobre la base y características para gestionar eficazmente el riesgo, pueden ser vistos como directrices de carácter genérico. Creación y protección de valor a través de la gestión de riesgos, hacer de la gestión de riesgos una parte integral de todos los procesos efectuados en la organización que se involucre en la toma de decisiones, la integración de los factores humanos y culturales, y la mejora continua de la organización son algunos de los principios de gestión de riesgos sobre los que gira esta norma que busca la transparencia y participación dinámica y receptiva al cambio de las empresas (Tamayo et al., 2019).

Marco metodológico

Método

El método que se utilizó en el estudio de caso con el tema “Gestión de abastecimiento en el comercial Zurita de la ciudad de Babahoyo, en el periodo 2023” fue deductivo, el cual permitió ampliar la perspectiva de los factores causales en el área de abastecimiento partiendo desde el inadecuado almacenamiento hasta las bajas ventas, todos los pasos llevaron a que el trabajo realizado sea óptimo y los resultados de su aplicación apoyen al estudio de caso. El enfoque de la investigación utilizado es cualitativo el cual permitió usar métodos de recolección de datos, se aplicó al implementar el análisis EFI y la entrevista.

Técnicas

El Análisis EFI implementado permitió determinar los factores internos de mayor importancia que afectaban al comercial Zurita describiendo cuales son las debilidades y fortalezas de la empresa. La segunda técnica es la entrevista dirigida al gerente del establecimiento con el propósito de obtener información acerca de las herramientas que se ponen en práctica en el área de abastecimiento.

Instrumentos

La Matriz EFI que contó con cinco factores internos en las cuadrículas de fortalezas y debilidades otorgaron el análisis acerca de la situación empresarial. El cuestionario de la entrevista estuvo estructurado por ocho preguntas claves que permitieron obtener información acerca de las herramientas utilizadas en la gestión de abastecimiento, estos instrumentos se aplicaron a través de la ejecución y reunión con el gerente donde aportó la información dando respuesta a la entrevista y completando la Matriz EFI.

Resultados

Tabla 1

Matriz EFI: Evaluación de factores internos del comercial Zurita

Factores claves internos	Peso	Calificación	Valor ponderado
Fortalezas			
1. Buena calidad de los productos	0,15	4	0,6
2. Reconocimiento local	0,06	3	0,18
3. Atención personalizada	0,05	4	0,2
4. Alto nivel de confianza con los clientes	0,09	3	0,27
5. Conocimiento de la mercancía	0,14	4	0,56
Debilidades			
1. Falencias en los pedidos	0,10	1	0,1
2. Poco inventario	0,12	1	0,12
3. Falta de variedad	0,11	1	0,11
4. Escasa iniciativa empresarial	0,08	2	0,16
5. Inadecuado almacenamiento	0,10	1	0,1
TOTAL	1,00		2,4

Nota: Al aplicar la Matriz EFI el resultado que presenta es que el comercial Zurita se encuentra por debajo del promedio que es 2,5 quiere decir que la empresa cuenta con varias fallas internas.

Tabla 2

Entrevista dirigida al gerente del comercial Zurita

Orden	Preguntas	Aspectos relevantes
1	¿Cuál cree usted que fue la principal estrategia de abastecimiento que implementaron en el periodo 2023?	La creación de un sistema de gestión de relación con los proveedores
2	En el área de abastecimiento ¿Cuál fue el mayor desafío que enfrentaron el año pasado?	El caos en la búsqueda de productos para las ventas
3	¿Cómo se manejó el proceso de pedido y reposición de inventarios?	El proceso es realizado cada mes, depende si la mercadería se termina antes de tiempo
4	¿Cómo fue el proceso de selección de proveedores?	La característica más importante para la selección fueron los precios que ofertaban en comparación con la competencia
5	¿Cómo manejaron los desacuerdos en los pedidos o problemas de calidad con los proveedores?	A través de un acuerdo directo una conversación en la cual se establecieron los precios y la calidad que se buscaba
6	¿Qué cambios se produjeron en los procesos de abastecimiento el año pasado?	La facturación electrónica y el aumento de algunos productos
7	¿Cómo gestionaron los riesgos que se relacionan con el abastecimiento?	No se indemnizan las problemáticas solo se acuerda que no vuelvan a ocurrir
8	¿La situación económica del mercado qué impacto tuvo en las decisiones sobre el abastecimiento?	Se realizaron promociones en ciertos productos los cuales eran los más solicitados

Nota: En la tabla se presenta la principal estrategia que utilizó el comercial Zurita siendo esta enfocada en los proveedores al igual que se determina la falencia al localizar los productos dentro del almacén.

Discusión de resultados

De acuerdo a la información obtenida mediante los instrumentos de recolección utilizados, la Matriz EFI determinó que el comercial Zurita posee debilidades internas afectando a su funcionamiento al igual de cuales son las fortalezas que posee como institución, algunas de ellas son características claves para la competitividad establecida en el mercado, además la entrevista realizada aportó información acerca de las herramientas de gestión de abastecimiento y su implementación que se utilizaron en el periodo anterior.

En la matriz dentro de la categoría de fortalezas se determinó la buena calidad de los productos con un peso del mercado elevado debido a que es uno de los factores más importantes en la perspectiva de los clientes cabe mencionar que también se presenta el reconocimiento local y la atención personalizada que destaca a las empresas que hacen uso de ellas. Además el alto nivel de confianza entre los clientes y la empresa es un factor que se crea a través de las relaciones comerciales entre ambas partes mediante el trato y el conocimiento de la mercancía este último tema crea lazos al brindar un servicio adecuado en tiempos cortos destacando por encima de la competencia.

Entre las debilidades que se encontraron en el proceso de análisis se presentan las falencias en los pedidos, los proveedores no cumplen con sus actividades adecuadamente y envían menos cantidad de mercancía o defectuosa lo que resulta en otras debilidades como el poco inventario y la falta de variedades del mismo, el inadecuado almacenamiento que maneja la empresa tiene algunos problemas debido al envase por el que están constituidos, al ser el sustento de la empresa los productos no deben faltar y estar a disposición para la venta. En relación con los puntos anteriores aparece la escasa iniciativa empresarial, el comercial Zurita no se promociona en

campañas o eventos agrícolas que tienden a ser una buena estrategia la cual permite que los clientes conozcan los productos que posee.

Por medio de la entrevista realizada al gerente del comercial Zurita se logró determinar las herramientas y el estado de la gestión de abastecimiento, las preguntas se plantearon para que la información que se obtenga aporte y sostenga la situación real que se maneja dentro de la institución comercial. Al preguntar acerca de la estrategia principal implementada la autoridad competente informó que fue la creación de un sistema de gestión de relaciones con los proveedores el cual facilitó la relación y mejoró los tiempos de espera, también se determinó que el mayor desafío era el caos producido por la incorrecta distribución de la mercadería.

Al realizar la interrogante acerca del manejo del proceso de pedido y reposición de los inventarios el gerente manifestó que es llevado a cabo cada mes pero depende de la demanda que en ocasiones es más alta de lo esperada y los productos se acaban antes de tiempo y es cuando se debe realizar el pedido, así mismo se obtuvo respuesta a la interrogantes acerca de la selección de los proveedores y este proceso fue determinado por el factor económico, la empresa seleccionó a sus proveedores actuales debido al precio que ofertaban, el mejor en comparación con otros los seleccionados eran asequibles.

Además el gerente acotó que los desacuerdos en los pedidos o problemas con la calidad son tratados a través de un acuerdo directo donde se determina la calidad que se adquiere, así mismo los desacuerdos en caso de retrasos no involucran indemnizaciones solo se acuerda que no vuelvan a acontecer. La situación económica del mercado guía a la empresa a tomar medidas en el abastecimiento como las promociones en ciertos productos que son altamente solicitados captando la atención de los clientes que repercute en su nivel de ventas de demanda.

Conclusiones

Los factores internos que afectan la gestión de abastecimiento del comercial Zurita son las falencias en los pedidos por motivos como fracturas del empaque, poco inventario disponible para las ventas, escasa iniciativa empresarial, no se promociona en el mercado lo que causa una baja presencia en el entorno competitivo, además la empresa opera con un inadecuado almacenamiento que retrasa sus actividades diarias así mismo las fortalezas de la empresa son: buena calidad de los productos, atención personalizada, alto nivel de confianza con los clientes y conocimiento acerca de los productos que ofrecen.

Las herramientas que utiliza el negocio son un sistema de gestión de relaciones con los proveedores, su uso mejora la asociación y permite reducir los tiempos de espera que son uno de los factores que influye en la decisión de compra por parte de los consumidores, además se utiliza la facturación electrónica solicitada por los clientes. La selección de proveedores se llevó a cabo a través de un acuerdo directo donde se establecen los precios y la calidad de los productos, en caso de no respetarse los acuerdos se replantean acordando que no vuelva a suceder ninguna problemática.

Las alternativas que el comercial Zurita tiene que implementar son las que favorezcan la gestión de abastecimiento tales como el almacenamiento de la mercancía por la constitución del empaque permitiendo la optimización de espacio y facilidad de búsqueda, reglamentos acerca del apilamiento correcto del inventario, un sistema de distribución y entrega de los productos dentro del comercial y fuera cuando se embarca para el envío a los clientes, campañas publicitarias para la captación de nuevos clientes además de un catálogo público acerca de la mercadería disponible.

Recomendaciones

Ampliar su inventario de productos disponibles para la venta mediante una estrategia de reinversión que otorgue una ventaja competitiva, además se tiene que participar y presentar en espacios concurridos como las ferias agrícolas con el fin de captar la atención de los clientes potenciales que asisten a esos eventos en búsqueda de ofertas, así mismo la empresa tiene que mantener el nivel de confianza que maneja con los clientes y conocer las características y beneficios acerca de los productos que venden ya que es una buena estrategia y presenta a la organización una imagen corporativa positiva al tener el conocimiento específico de los productos.

Implementar reglamentos para que los acuerdos establecidos entre la empresa y los proveedores se respeten y cumplan, además en caso de incumplirse los términos acordados entre las partes se sugiere establecer un monto económico como compensación por las falencias que pueden presentarse durante el tiempo de asociación el cual se plantea con la finalidad de mejorar la relación y el servicio que los proveedores ofrecen ya que los incentiva a mejorar, también la institución comercial tiene que innovar sus formas de pago y escuchar las peticiones y observaciones que los clientes aportan con el fin de satisfacerlos para crear lazos de fidelización.

Aplicar un sistema de almacenamiento que optimice el espacio y recorte los tiempos de búsqueda de los productos, el comercial Zurita debe trabajar con un modelo de almacenamiento que agrupe la mercancía de acuerdo a la constitución del empaque, debido a que al maniobrar los de manera incorrecta las fisuras de los productos aumentan, estructurar la cantidad exacta de cajas que pueden ser apiladas para que ninguna se vea afectada por el inadecuado manejo, además controlar las entradas y salidas del inventario para que siempre se realice el restock a tiempo y las ventas no se vean afectadas.

Referencias

- Alvarado, L. (15 de Agosto de 2023). *Politécnico Grancolombiano*. Obtenido de poli.edu.co: <https://www.poli.edu.co/blog/poliverso/que-es-logistica-gestion-cadena-abastecimiento>
- Alvarado, L. G., & Canorio, M. A. (2022). Diseño de un sistema de control interno para el proceso de abastecimiento de materiales y equipos que contribuya al desempeño financiero de la empresa Galán Ingenieros SAC en el departamento de Lima, 2021[Tesis de Profesión, Universidad Católica del Perú]. *Diseño de un sistema de control interno para el proceso de abastecimiento de materiales y equipos que contribuya al desempeño financiero de la empresa Galán Ingenieros SAC en el departamento de Lima*. Repositorio Institucional, Lima, Perú. Obtenido de chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/22154/ALVARADO_RAMOS_CANORIO_ZAQUINAULA_Lic.%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Amenábar, B. (18 de Marzo de 2020). *Webdox*. Obtenido de webdoxclm.com: <https://www.webdoxclm.com/blog/estrategias-de-negociacion-con-proveedores>
- Bunce, C. (9 de Febrero de 2023). *Bizagi*. Obtenido de bizagi.com: <https://www.bizagi.com/blogs/manufacturing/es/planificacion-de-la-cadena-de-ab>
- Contreras, G., & Bullon, J. (27 de Septiembre de 2023). *Blog QHSE*. Obtenido de blog-qhse.com: <https://www.blog-qhse.com/es/evaluaci%C3%B3n-proveedores-prestadores-servicios>
- Díaz, C. (2019). *Gestión de la Cadena de Abastecimiento*. Bogotá, Colombia: Fondo editorial Areandino.
- González, A. (2020). Un modelo de gestión de inventarios basado en estrategia competitiva. *Scielo*, 3.
- Grassia, E. (2024). ¿Cómo mejorar la visibilidad de la cadena de suministro? *Énfasis Logística*, 10-12.
- Infantes, J. F., & Moquillaza, S. D. (2021). Implementation of an Enterprise Resource Planning System to Improve the Productivity of Cash Register Collections of an Important Clinic in the City of Lima. *Scielo*, 2-3.
- Jiménez, M. (19 de Enero de 2022). *Pirani*. Obtenido de piranirisk.com: <https://www.piranirisk.com/es/blog/gestion-de-riesgos-en-la-cadena-de-suministro>
- Jonker, A. (13 de Diciembre de 2023). *IBM*. Obtenido de ibm.com: <https://www.ibm.com/es-es/topics/sourcing>
- Juárez, C. (16 de Junio de 2022). *The Logistics World*. Obtenido de thelogisticworld.com: <https://thelogisticworld.com/tecnologia/principales-tecnologias-para-la-cadena-de-suministro-en-2022/>

- Manrique, M. A., Teves, J., Taco, A. M., & Flores, J. A. (2019). Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica. *Revista Venezolana de Gerencia*, 2.
- Medina, J. (2 de Mayo de 2023). *Toyota*. Obtenido de [blog.toyota-forklifts.es](https://blog.toyota-forklifts.es/origenes-just-in-time): <https://blog.toyota-forklifts.es/origenes-just-in-time>
- Monroy, S. (2022). Herramientas para favorecer la sostenibilidad y la innovación en las empresas. *APD*, 1-4.
- Mora, L. (2023). *Compras como función logística*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Moreno, J. (19 de Julio de 2023). *Flokzu*. Obtenido de flokzu.com: <https://flokzu.com/es/finanzas/agilizacion-de-compras-centralizadas-y-descentralizadas-a-traves-de-la-automatizacion-financiera/#:~:text=Compras%20Centralizadas%20vs%20Descentralizadas%3A%20%20%20BFCu%C3%A1,ubicaci%C3%B3n%20hace%20sus%20propias%20compras>.
- Orquera, M. O. (25 de Septiembre de 2023). *ÉLogística*. Obtenido de [loistica.enfasis.com](https://logistica.enfasis.com): <https://logistica.enfasis.com/tecnologia/4-tecnologias-aplicadas-a-la-cadena-de-suministro/>
- Panaggio, M. (20 de Agosto de 2020). *OBS Business School*. Obtenido de [obsbusiness.school](https://www.obsbusiness.school): <https://www.obsbusiness.school/blog/gemelos-digitales-en-la-cadena-de-suministros>
- Ramos, D. (23 de Marzo de 2024). *SmartSheet*. Obtenido de es.smartsheet.com: <https://es.smartsheet.com/content/vendor-assessment-evaluation>
- Salas, J. (2022). Generación de indicadores de desempeño para procesos de abastecimiento en Avianca S.A. *Revista Elementos*, 7(1), 3.
- Serrato, C. (16 de Noviembre de 2021). *Inmediatum*. Obtenido de [inmediatum](https://inmediatum.com): <https://inmediatum.com/blog/estrategia/cuales-son-los-modelos-de-control-de-inventario/>
- Souza, J. A. (2021). Sistema de planificación de recursos empresariales (ERP) y su influencia en los procesos de negocio de empresas distribuidoras de productos de consumo masivo en Lima Metropolitana en el 2019. *SciELO*, 1-2.
- Tamayo Herrera, A. D., Mora Aristega, J. E., Troya Terranova, K. T., & Remache Silva, J. E. (2019). Performance management frente a los riesgos empresariales. *Pro Sciences: Revista de Producción, Ciencias e Investigación*, 3(27).

Anexos

Anexo 1

RUC del Comercial Zurita ubicado en la ciudad de Babahoyo

Consulta de RUC

RUC

0601637614001

Razón social

ZURITA VEGA GUILLERMO ARTURO

Estado contribuyente en el RUC

ACTIVO

Actividad económica principal

VENTA AL POR MAYOR DE SUSTANCIAS
ADHESIVAS.

Contribuyente fantasma

NO

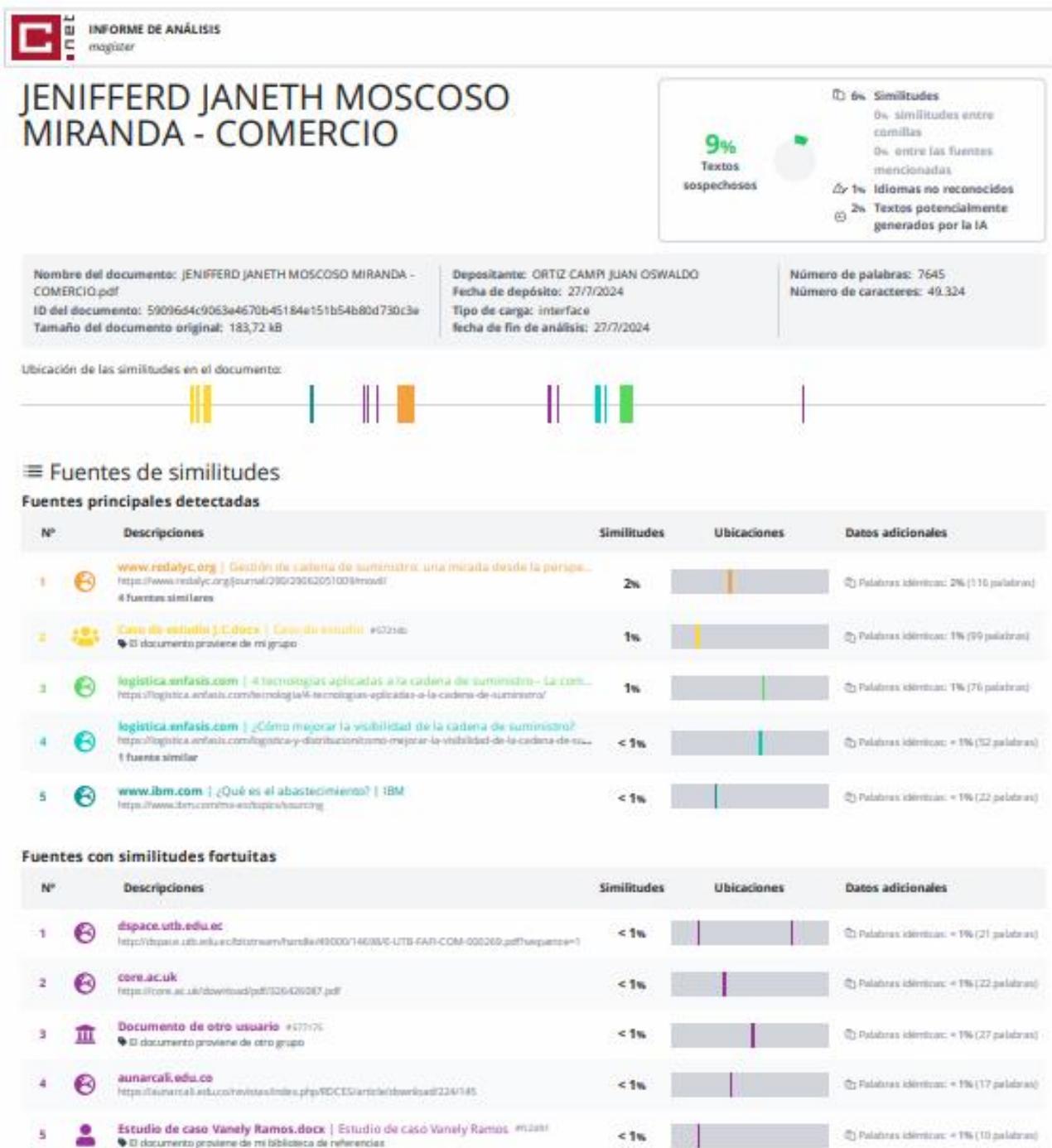
Contribuyente con transacciones inexistentes

NO

Tipo contribuyente	Régimen	Categoría	
PERSONA NATURAL	GENERAL		
Obligado a llevar contabilidad	Agente de retención	Contribuyente especial	
SI	SI		NO
Fecha inicio actividades	Fecha actualización	Fecha cese actividades	Fecha reinicio actividades
2003-07-28	2024-02-17		

Anexo 2

Informe de antiplagio



Anexo 3

Carta de Autorización

COMERCIAL ZURITA

Babahoyo, 31 de Mayo del 2024

Magister

Eduardo Galeas Gujarro

DECANO DE LA FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN FINANZAS E INFORMÁTICA

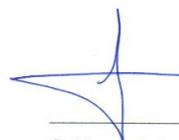
En su despacho.

Reciba un cordial saludo de quienes conformamos Comercial Zurita de la ciudad de Babahoyo de la provincia de los Ríos.

Por medio de la presente me dirijo a usted para comunicarle que se ha **AUTORIZADO** a la estudiante **Moscoso Miranda Jenifferd Janeth** de la carrera de comercio de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo para que realice el estudio de caso con el tema: "Gestión de abastecimiento en el comercial Zurita de la ciudad de Babahoyo, en el periodo 2023" el cual es requisito indispensable para poder titularse.

Sin otro particular me suscribo de usted

Atentamente



Guillermo Arturo Zurita Vega
RUC. 0601637614001
Fede. Econ. y Car. Merc. 10

Guillermo Arturo Zurita Vega

0601637614

guillermozuvega29@hotmail.com

0939758303



RECIBIDO
UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
SECRETARIA FAFI
04-06-24
FECHA: 09:27
HORA:

Anexo 5

Entrevista dirigida al Gerente del comercial Zurita de la ciudad de Babahoyo

Instructivo

1. ¿Cuál cree usted que fue la principal estrategia de abastecimiento que implementaron en el periodo 2023?
2. En el área de abastecimiento ¿Cuál fue el mayor desafío que enfrentaron el año pasado?
3. ¿Cómo se manejó el proceso de pedido y reposición de inventarios?
4. ¿Cómo fue el proceso de selección de proveedores?
5. ¿Cómo manejaron los desacuerdos en los pedidos o problemas de calidad con los proveedores?
6. ¿Qué cambios se produjeron en los procesos de abastecimiento el año pasado?
7. ¿Cómo gestionaron los riesgos que se relacionan con el abastecimiento?
8. ¿La situación económica del mercado que impacto tuvo en las decisiones sobre el abastecimiento?

Anexo 6

Aplicación de la entrevista

