



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA**

PROCESO DE TITULACIÓN

MAYO – OCTUBRE 2018

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA PRÁCTICA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

“Proceso de Distribución de los Productos de Big Cola Ciudad de Babahoyo”

EGRESADA:

Lilibeth Denisse Zamora Jiménez

TUTOR:

Ing. Rosendo Arnaldo Gil Avilez, MAE.

AÑO 2018

INTRODUCCIÓN

La empresa BIG COLA ha logrado ser una multinacional que se dedica a la producción, distribución y comercialización de productos de consumo masivo que se encuentran en constante y permanente crecimiento con presencia exitosa en diversos países de Latinoamérica, esta empresa es de nacionalidad Peruana fue creada en la década de 1980 por cinco hermanos de apellido Añaños, en el año 2000 se introdujo en el mercado Ecuatoriano donde en la actualidad cuenta con más de 200 distribuidoras a nivel nacional, una de estas distribuidoras se encuentra ubicada en la Ciudad de Babahoyo en el bypass operando desde el año 2005 y está conformada por 25 trabajadores.

Al contar con una matriz en la ciudad de Guayaquil denominada AJE que es la encargada de supervisar todas las actividades de las distribuidoras de las ciudades cercanas, se denota la falta de control y cumplimiento en lo que se refiere a la supervisión del abastecimiento y distribución del producto, generando en la distribuidora de la ciudad de Babahoyo copo interés a la hora de distribuir los distintos productos a las microempresas considerando a estas como las tiendas y abarroteras.

En respecto al problema observado en la empresa BIG COLA de la ciudad de Babahoyo se pudo evidenciar que el proceso de distribución del producto se encuentra afectado por el inadecuado abastecimiento y control de las rutas de distribución de toda la cartera de productos que se encuentran previamente establecidas por la alta jerarquía.

El tema está inmerso en la línea de Modelo de Gestión Administrativa debido a que se observó varias situaciones y hechos en los que demuestra una deficiencia en la planificación y control del proceso de distribución del producto.

La metodología que se utilizó en la realización del estudio de caso es en la Modalidad de Investigación Cualitativo porque se pretende conocer ampliamente como se lleva a cabo el proceso de distribución de los productos de la empresa BIG COLA de la ciudad de Babahoyo, con la ayuda de esta información visualizar el abastecimiento de productos que se le está brindando a los clientes.

El tipo de investigación utilizado es el método descriptivo y de campo debido a que el caso de estudio está dirigido a describir, observar y analizar diversas situaciones dentro de la empresa y en su monopolio, la técnica a usarse en el presente trabajo será las encuestas a los miembros de la organización involucrados en la investigación y a un nicho de la empresa que será previamente identificado teniendo en cuenta la formula determinada para dicha actividad, utilizando como herramienta un cuestionario.

El propósito de este estudio se basa a la identificación y análisis de diversas causas y situaciones que afectan al proceso de distribución de los productos de la empresa BIG COLA, encaminada por la línea de investigación modelo de gestión administrativo dado a que la investigación se basa en un problema interno de la organización.

DESARROLLO

La empresa multinacional BIG COLA surgió en Ayacucho sur de Perú en la década de 1980, fue fundada por cinco hermanos peruanos de apellidos Añaño Jeri, quienes decidieron crear la gaseosa sin imaginar que años más tarde iba a ser la bebida más conocida de su país, en la década de los ochenta, el movimiento guerrillero dejó incomunicadas varias zonas del país andino y empresas como Coca Cola y Pepsi no podían llegar con sus productos.

Frente a la escasez BIG COLA empezó a producir gaseosas bajo la marca Kola Real un refresco sabor a naranja, de ahí en adelante centraron su actividad económica en la venta de bebidas. En 1999, la empresa comenzó su expansión internacional con su gaseosa Big Cola, se introdujo en su primer mercado que fue en el país de Venezuela y en el año 2000 a Ecuador, actualmente la bebida peruana se ha hecho popular en América Latina y tiene una fuerte presencia en varios países asiáticos, siendo más conocida internacionalmente que el pisco sour y que Inca Kola.

Al introducirse en el mercado ecuatoriano crea dos matrices una ubicada en Machala y la otra en Guayaquil estas son consideradas como el ente regulador de las distribuidoras de las ciudades aledañas, son conocidas en la actualidad con el nombre de AJE que significa American Journal Experts que es el nombre original de la empresa peruana, estas matrices son las encargadas de supervisar y abastecer de productos a las distribuidoras a su cargo

Esta empresa tiene enfocada gran parte de su estrategia comercial en alcanzar sectores que no podían consumir las gaseosas tradicionales, ellos no pueden competir con presupuestos de publicidad de Pepsi y Coca Cola. Su fortaleza es el precio, Tienen como objetivo la clase

media baja que es gente que está empezando a salir de la pobreza. Logrando dar a sus clientes un producto de gran tamaño a bajo precio en comparación a otras bebidas gaseosas, obteniendo una satisfacción por parte de los consumidores.

La empresa BIG COLA de la ciudad de Babahoyo creada en el año 2005 y en la actualidad cuenta con 25 colaboradores, esta entidad al momento de establecer su mercado obtuvo una buena acogida por parte de los clientes, teniendo como misión “Ser la mejor alternativa de distribuidores, a través de una cultura de servicios y crecimiento que busca la excelencia desarrollando a nuestros colaboradores y contribuyendo al bienestar de nuestra sociedad”. También se ve reflejado a través de su visión los objetivos fijados a futuro; “Ser los mejores distribuidores, y con mayor preferencia para el consumidor, a través de una organización ligera, eficiente, solida, comprometida y productiva, ofreciendo el mayor valor en productos y siendo líderes en costos”.

La empresa luego de posicionarse en el mercado de la ciudad de Babahoyo teniendo este una economía regular, enfocándose desde el principio en desarrollar un proceso excelente de distribución de sus productos, dado que esto abarca varios aspectos dentro de la empresa obteniendo como resultado una plena satisfacción por parte de los clientes, la empresa cada vez se fue abriendo camino a nuevos mercados por su forma de trabajar y sus precios accesibles a cualquier situación económica de las personas, segmentos de mercados que incluso la competencia no los conocía lo que fue aprovechado por la BIG COLA considerándolo como una ventaja hacía aquellas competencias potenciales.

Todo este arduo trabajo que la empresa lucho para adquirir y mantener durante varios años se ha ido desmoronando en los últimos tres años, en el momento que la empresa cambio de propietario en la actualidad la organización se encuentra en una encrucijada donde le ha

tocado vender parte de su activo fijo como son los vehículos aquellos con lo que contaba la entidad. Así, los vehículos son considerados como una parte de los activos fijos tangibles de la organización estos activos no están destinados para ser vendidos al contrario se los enfoca para ser utilizados, explotados por la organización para generar un beneficio con su uso (Padilla, 2013). Fomentando con su venta los escasos de este bien, considerando que es una herramienta fundamental a la hora del traslado y entrega de los productos a sus respectivos clientes, creando una atmosfera donde el proceso de distribución es afectado por la carencia de este bien porque provoca que este proceso se vuelva paulatino, descuidando así lo que al principio lo diferencio de la competencia como es la eficiencia a la hora de entregar el producto.

La distribución del producto es una parte fundamental de la empresa, de tal forma es importante que la organización trabaje para construir un buen canal de distribución. Precisamente, dicho canal está conformado por un conjunto de organizaciones independientes que contribuyen en la marcha de colocar un bien o servicios en las manos del cliente (Moral, 2014). Logrando brindar una gran seguridad y tranquilidad a la empresa asegurándose que el producto llegará en las condiciones idóneas y óptimas al cliente. Además, es fundamental trabajar en la calidad del canal de distribución para cumplir con el plazo de envío y entrega que se acordó con el cliente, brindándoles confianza y en definitiva un servicio excelente y 100% confiable.

El canal de distribución de esta organización es considerado largo porque interviene en este el fabricante que en este caso sería la empresa AJE que es la encargada de la producción y supervisión del producto, el mayorista que son consideradas como las distribuidoras la cual está enfocando el estudio de caso, el detallista que es el cliente o dueño de las pymes o

tiendas y por último el consumidor considerado como aquel que se deleita con el producto, sin embargo este canal cuenta con un desperfecto desde sus cimientos como es en el fabricante ya que esta empresa es la encargada de supervisar las actividades que realizan los mayoristas y de estar pendiente del abastecimiento, algo que se encuentra en una gran deficiencia provocando que el proceso de distribución se dificulte para el mayorista, pero esto no es solo problema del fabricante aquí también interviene el mayorista porque él tiene la responsabilidad de realizar el pedido a tiempo a la empresa AJE para que esta le envíe, de hecho esto no es realizado de una manera favorable por parte de la distribuidora provocando un déficit en su inventario.

La ineficiencia en el cumplimiento de las actividades de la matriz AJE ha provocado un gran enigma en la distribuidora Big Cola en el momento de abastecerse del producto, como no es enviado por el fabricante ya por varios días la empresa opta por trasladar todos sus vehículos a la matriz que se encuentra ubicada en la ciudad de Guayaquil para cargarlos de productos, considerando de que la distribuidora se ha encontrado ya por varios días con las bodegas vacías, limitando el cumplimiento eficaz del proceso de distribución con que la empresa cuenta, todo esto ha generado molestias por parte de los clientes por el déficit del producto hacia ellos provocando la disminución de sus ventas y por ende de la utilidad que ellos ganaban, por otro lado en el momento de que los vehículos se dirigen a la fábrica acotan el cumplimiento de las rutas establecidas para ese día avivando el incumplimiento de las mismas ya que los clientes no son previamente informados de estos cambios.

En el momento de trasladar la mercadería la empresa por minimizar los costos en el transporte. Precisamente, la optimización del transporte implica conseguir la máxima eficiencia económica de forma continua y sostenible enfocándose en perfeccionar la planificación,

selección y el manejo de los recursos en cada una de las fases del proceso de transporte (Barrueco, 2017). Pero la organización opta por sobrecargar a los vehículos sin considerar los tipos de productos que estos trasladan, los más perjudicados siempre son aquellos que vienen en empaques hechos de cartón con una peculiaridad en su tamaño y peso que por lo general siempre son los jugos, estas características provocan que el cargador no identifique el problema que está cometiendo en el momento que sobrecarga el vehículo, obteniendo como resultado el aplastamiento de un porcentaje considerable de producto disminuyendo la utilidad de la empresa y todo esto es debido al inadecuado uso de las medidas de seguridad y control.

El cambio inesperado que la empresa realiza al no cumplir con la distribución del producto a los clientes que se encuentran esperando la llegada de esta mercancía, estimulando que dichos clientes se inclinen por comenzar a comprarles los productos que necesitan a la competencia obteniendo como resultado la pérdida del cliente por su insatisfacción. Así, de esta manera cuando un cliente se siente insatisfecho o da a conocer un problema que se encuentra molesto permanentemente, la empresa debe procurar resolver estos inconvenientes porque al cuidar de estos clientes actuales les dejara más beneficio a la empresa que solo concentrarse en adquirir otros nuevos (Vértice, 2010). Dado a esto la organización se encuentra perdiendo mercado en el cual se encontraba completamente posesionado y a su vez se está creando barreras a nuevos mercados por los comentarios negativos que estos clientes están dando a los demás.

La distribuidora BIG COLA desde su creación hasta la actualidad se ha manejado con una distribución intensiva. Así, la distribución intensiva se diferencia de las demás porqué utiliza un gran número de puntos de venta que en este caso serían las tiendas para alcanzar la mayor

cobertura posible del mercado objetivo propuesto por la empresa (Jiménez, 2014). Para la organización no es coherente que se maneje con este tipo de distribución cuando se comercializa con empresas mayoristas, porque les provocará una disminución en el posicionamiento del mercado.

El proceso de distribución de la empresa BIG COLA de la ciudad de Babahoyo se está viendo afectado por la carencia de un control de inventario de los productos. Así, el inventarios o Stocks es considerado como la cantidad de bienes o activos fijos que una empresa posee en existencia en algún momento determinado, teniendo en cuenta que pertenece al patrimonio productivo de la empresa (Humberto, 2017). Lo que se convierte molesto para los clientes porque los vendedores ofrecen productos sin tener el conocimiento de que no cuentan con esa mercadería, provocando un insuficiente abastecimiento del producto al monopolio de la empresa.

El inadecuado control de inventario en la organización que por lo general suele dividirse en dos como son la gestión y la optimización del inventario. Así, la gestión se enfoca en mantener que la productividad sea siempre alta y la optimización en maximizar el resultado financiero del inventario(Hernández , 2014). Sin embargo, en la empresa no se considera ninguno de estos dos aspectos por ende se está incitando a que se produzca un efecto como es el impropio uso de los registros.

La organización cuenta con un registro muy bien detallado pero esto no le sirve de nada porque el impropio control de este registro se da porque la empresa dedica su tiempo en cuestiones operativas más no en labores estratégicos, sin considerar que esto le servirá para obtener información suficientemente clara y útil para minimizar los costos y si la empresa utiliza la tecnología que ya posee de una forma adecuada disminuirá los gastos y aumentaría

la liquidez, todo este efecto se da porque la empresa asume no tener tiempo suficiente para contar el inventario provocando problemas al momento de comenzar con el proceso de distribución.

Otro efecto que provoca el inadecuado control del inventario es la insuficiencia del mismo al no llevar un control de sus ventas como también de las compras no pueden considerar cuanto producto poseen en stock provocando un nivel insuficiente de inventario motivando a no solo perder la venta sino también la pérdida del cliente por la falta de responsabilidad y cumplimiento del pedido que el individuo solicitó días atrás, haciéndole perder tiempo y utilidad al cliente creando un ambiente de insatisfacción que se verá reflejada en posteriores ventas.

La inspección minuciosa de la gestión y optimización de las rutas previamente establecidas y planificadas por la alta jerarquía juegan un papel fundamental en el proceso de distribución. Así, que una de las claves para la eficiencia de una empresa reside en el diseño y planificación de las rutas, optimizar las rutas aportará ventajas muy interesantes a tu empresa como pueden ser el ahorro en costes logísticos, ahorrar en tiempo de trabajo, mejorar la satisfacción de tus clientes, atender a más clientes (Iglesias, 2016). Sin embargo, la empresa carece de esta optimización de las rutas porque los abastecedores no las revisan antes de salir de la empresa y optan por no entregar el producto al cliente lo que genera una excesiva cantidad de retorno de producto, pérdida de tiempo y disminución de la rentabilidad de la organización, provocando a su vez molestias para el microempresario.

Las dificultades en las rutas es un aspecto muy importante en el momento de encaminar el proceso de distribución pues se busca la optimización y la disminución de los costos en este aspecto no solo interviene el abastecedor como causante directo de la falla porque también

están involucrados la alta jerarquía que no considera la restricción de distancia en el momento de plasmar las rutas. Así, que cada vehículo no solo tiene una limitación de capacidad o carga también se considera el tiempo y distancia máxima que el vehículo puede emplear (Molina, 2017). Por otro lado, la organización hace caso omiso a estos aspectos porque no considera la capacidad de carga que los vehículos pueden transportar ocasionando una sobrecarga en el momento del traslado del producto, limitando el tiempo de entrega que el transporte debe cumplir.

Los productos que son devueltos por los clientes ocasionalmente es porque han caducado, tiene una falla de fabricación o simplemente el envase ha explotado por la inadecuada manipulación del mismo, el dilema es que estos productos son almacenados en el mismo lugar donde se encuentran los que están en buen estado provocando confusiones y fallas a la hora de cargar los camiones, alimentando una deficiencia en el proceso de distribución pero muchas veces estas fallas no son detectadas a tiempo provocando que estos productos en mal estado lleguen a las manos de nuevos o a los mismos clientes que anteriormente devolvieron dicho producto, incitando a quejas y molestias por parte del mercado. Un cliente molesto, enojado por el incumplimiento, no sólo es un cliente perdido, es un cliente que se encargará de recomendar negativamente a la empresa, de perjudicar la imagen de la empresa (Chaclón, 2013). Provocando la pérdida de varios clientes potenciales que se sienten inconformes con el servicio y producto.

El desorden dentro de la bodega es el motivo principal por el cual se confunden los productos en mal estado con los que están aptos para el consumo. Así, el almacenamiento es una parte fundamental en el proceso de distribución porque no solo ayuda al correcto movimiento de la mercadería sino también a optimizar el espacio destinado para la bodega

(Serrano, 2014). Esto es devino no solo al descuido de los bodegueros sino también interviene el control del inventario el cual no se encuentra funcionando de una manera favorable en la empresa ocasionando causas y estas a su vez efectos que a corto o largo plazo influirán en la productividad de la organización.

Los pasillos angostos en las bodegas imposibilitan el acceso de las grúas arlin que son las encargadas de movilizar los pallets que se encuentran cargados de productos al no poder ingresar esta maquinaria les toca a los cargadores abastecer el camión de forma manual provocando una pérdida de tiempo y molestias para los cargadores ya que muchas ocasiones el producto que desean cargar se encuentra al final de la bodega ocasionando que el proceso de abastecimiento a los camiones se vea afectado y en consecuencia el proceso de distribución se alargue.

La mercadería que está sujeta en el proceso de carga y descarga continuamente ya sea esto provocado por aquellas causas antes mencionadas, induce a que dichos productos se estropeen teniendo como consecuencia el daño total de la mercadería causando una pérdida significativa de la inversión ya que la matriz no reconoce la devolución de la mercadería que ha sufrido una lesión física o el recalentamiento esto provoca la explosión del envase que es más común en las bebidas gaseosas, esta explosión no solo sucede cuando el producto se encuentra en el dominio de la empresa si no también cuando ya es entregado al cliente influyendo en la duda respecto a la calidad del producto.

La bodega de esta empresa tiene un tamaño mediano que cuando se encuentra copado de mercadería es complicado llegar a encontrar productos que se caracterizan por que su paquete es pequeño en comparación a otros, dichos productos son poco comercializados por lo que se los coloca al finalizar la bodega y están en constante cambio de lugar, por eso a los

cargadores se les dificulta encontrar dicho producto porque no recuerdan la ubicación exacta del mismo provocando la pérdida de tiempo a los trabajadores y alargando el proceso de entrega del producto al cliente provocando a estas situaciones de enfado y consecuencias económicas para la organización.

El proceso de distribución se cumple en su totalidad cuando el producto llega a las manos del cliente considerando a este como los microempresarios, la empresa tiene la responsabilidad de entregar el producto en un óptimo estado y completo para poder lograr la satisfacción del cliente. Así, la satisfacción es un estado de ánimo que se obtiene con la comparación entre las expectativas del cliente y el servicio ofrecido por la empresa. Si el resultado es neutro, no se habrá movilizado ninguna emoción positiva en el cliente (Gosso, 2010). Algo que no está sucediendo en la empresa porque los abastecedores se están encargando de que esto no suceda, sustrayéndose de los paquetes de los productos ciertas cantidades de unidades del mismo entregando al cliente un producto incompleto, estimulando en el cliente una insatisfacción del servicio y producto.

La extracción de cantidades significativas de productos se genera con más frecuencia en el momento de que el abastecedor retorna el producto a la bodega. Así, el retorno exagerado de cantidades de producto no es factible para la organización porque provoca pérdida de tiempo y dinero, ocupando espacio valioso en la bodega (Pérez, 2014). Esto se da ya sea porque el cliente no pudo pagar o no se ubican bien con la dirección de la pyme también sucede cuando el cliente no se encuentra, este retorno es almacenado en la bodega y como esta empresa no cuenta con un control óptimo del inventario los colaboradores optan por sustraerse esta mercadería provocando pérdida para la empresa y la interrupción de la culminación del proceso de distribución.

La seguridad en una empresa es algo primordial tanto para los colaboradores como para los bienes de la organización. Así, la seguridad siempre será un tema crítico basándose en conceptos de logística por lo cual es preciso siempre invertir cantidades adecuadas de dinero y tiempo en la seguridad externa e interna, considerando los controles sorpresa y el adecuado manejo de personal son soluciones preventivas para evitar que la seguridad se convierta en un problema (Tejero, 2011). Por lo tanto en la empresa BIG COLA no hay una preocupación por estos temas, considerando que las mayoría de las veces han sido víctimas de robo tanto en productos han sido saqueadas las bodegas en su totalidad, como en el dinero de las ventas de la semana provocando una considerable perdida para la empresa, todas estas causas afecta directa e indirectamente al proceso de distribución del producto.

Los colaboradores también han sido víctima de la delincuencia cada fin de mes o quincena son despojados de sus pertenencias, esto se da con frecuencia por la ubicación en donde se encuentra la empresa siendo esta un lugar peligroso en la ciudad de Babahoyo en consecuencia a esto la empresa no toma las debidas precauciones para precautelar la seguridad de su talento humano y más aun de sus activos con los que cuenta la empresa, asegurando al ente regulador que en este caso es la matriz AJE que todo está controlado y se encuentra en perfecto estado, por otra parte como la matriz no realiza sus funciones de supervisar como debe ser este inconveniente por el que están pasando nunca será solucionada en su totalidad.

Tener en óptimo funcionamiento los vehículos de la empresa generaran una ventaja hacia la competencia esto se logrará ofreciéndole a los vehículos en un lapso de tiempo establecido un mantenimiento adecuado. Así, el mantenimiento es la agrupación de operaciones y trabajos que se realizan sobre una máquina, que pueden incluir o no la sustitución o

reparación de componentes o sistemas, con la finalidad de mantener su buen estado de uso y funcionamiento, o bien reemplazarlo si ha dejado de funcionar correctamente por causa de una avería (Payá, 2013). A pesar de lo cual la empresa le da poca importancia al mantenimiento de los vehículos por lo que la mayoría de las veces estos se averían en el trascurso que se está efectuando las rutas, incitando al incumplimiento de la entrega de los pedidos, estimulando un desperfecto en el proceso de distribución.

La entrega del producto a las manos del cliente es de vital importancia que este llegue a la hora y día establecido previamente en el pedido que días atrás fue realizado por el vendedor. Así, Es de conocimiento común que la entrega y recepción de productos al cliente, para una empresa, es de mucha importancia porque existen muchos costos asociados con una entrega tardía, costos que van desde multas o reducción en los pagos, hasta la pérdida de un cliente y todo su consumo (Barrueco, 2017). Sin embargo, la empresa hace caso omiso de todos estos aspectos que son de fundamental importancia para que en un tiempo determinado obtenga un mayor posicionamiento en el mercado.

El cliente no queda satisfecho cuando su producto llega a una hora inadecuada o peor aun cuando este no está el día que se acordó y que es necesitado para su venta, provocando molestias en el cliente por la pérdida de tiempo y dinero que le ha causado la empresa por su irresponsabilidad en su proceso de distribución de dichos productos, impulsando al individuo a comprar nuestros productos a los mayoristas teniendo como resultado inmediato la pérdida de la venta y lo más indispensable el cliente.

La atención al cliente es algo elemental en este tipo de empresas que se dedican a la comercialización de productos de consumo masivo de tal forma se convierte en un pilar fundamental dentro de la organización, porque a través del desarrollo adecuado del

perfeccionamiento de la atención al cliente la empresa obtendrá mayor rentabilidad y una amplitud de su mercado. Así, la atención al cliente es una modalidad de gestión que empieza desde lo más alto de la organización considerando a esta como la filosofía y la cultura de la empresa (Goodman, 2015). Dado a que la organización cuenta con una atención inadecuada a tal punto que los abastecedores han tenido conflictos físicos y verbales con los clientes, sin respetar que estos clientes han sido adultos mayores, algo que ha provocado inconvenientes legales para la empresa ya que ellos se encontraban en horas laborales, esto ha motivado a clientes aledaños negar la visita de los vendedores teniendo como resultado la pérdida de estos clientes y de ese segmento de mercado, dándole oportunidad a la competencia de introducirse en esos mercados.

Los conflictos por los que pasa la empresa han llegado a tan magnitud que los colaboradores han sido privados de su libertad, estos problemas suceden porque los abastecedores no dejan el producto como debe ser muchas veces entregan la mercadería cambiada afirmando de que ese es el producto que el cliente solicito y es ahí donde el conflicto comienza a nacer agrediendo físicamente hasta dejarlo inconsciente provocando a su vez serias lesiones y traumas al cliente considerando que el afectado es un adulto mayor, generando gastos clínicos con futuras demandas para la empresa.

Por este irresponsable acto por parte de los abastecedores no solo truncan el proceso de distribución del producto también se pierde gran parte de las rutas de la empresa y afectan a sus compañeros los que están encargados de las ventas porque ellos ganan su remuneración considerando el volumen de venta que hayan realizado provocando que varios de estos individuos estén presentando la carta de renuncia, perjudicando a la empresa y alargando el proceso de distribución de los productos. Así, que para alcanzar un mercado optimo y un

liderazgo empresarial coherente caracterizado por su estabilidad y permanencia en el tiempo es necesario adquirir una conciencia empresarial (Carle, 2014). La empresa carece de esto lo que le está provocando una disminución en la productividad y competitividad.

Para la organización los causantes del problema antes mencionado son los vendedores mas no los abastecedores, porque ellos afirman que no tienen la culpa de que los asesores en venta ofrezcan el producto a los adultos mayores por lo cual los abastecedores no se responsabilizan de lo que pueda pasar porque no son capaces de contar con la paciencia necesaria para atenderlos, optando simplemente gritarles, ofenderlos e incluso golpearlos como que no valieran nada, dado a que han comedido esto por varias ocasiones y no todo un siempre son descubiertos ya que el cliente no suele quejarse, pero si esto pasa y estos colaboradores ya se han marchado ellos tienen la osadía de regresar y hacer problema a tal punto de dejar bien herido al cliente.

El comportamiento de estos colaboradores se debe a que por varios años la empresa no los ha capacitado en cómo deben atender en la actualidad al cliente y a su vez charlas de relaciones humanas, esto no se da porque la organización no considera importante este tema de capacitación a los trabajadores siendo estas personas agresivas sin ningún respeto hacia los demás, con estas charlas o capacitaciones se podrá mejorar la atención al cliente transmitiendo seguridad y confiabilidad al socio o cliente al momento de ser atendido.

En los trascurros de estos años estos colaboradores se han enfrascado en destruir la dinámica que llevaba la empresa en sus respectivos procesos siendo este uno de los principales el de distribución del producto dado que ellos se encuentran implicados directamente en la ejecución del mismo, por motivo de que son los que entregan el producto en las manos del cliente completando la venta, pero estos colaboradores tienen la osadía de

alteras las facturas de los clientes cobrándole cantidades exageradas por el producto, la mayoría de las veces el cliente no se percata de eso pero cuando lo hace es ahí donde comienzan los conflictos físicos y verbales con los clientes provocando molestias e insatisfacción por todos los clientes de ese sector.

Las ventas en una empresa son de mucha importancia en el crecimiento y desarrollo de los negocios, el desempeño de estas siempre debe de estar en constante movimiento para que haya utilidad, la mayoría de las empresas tienden a enfrentarse a problemas como el bajo nivel de ventas, por lo que en muchos casos no logran sobrevivir y se ven obligados a cerrar el negocio. “ La verdadera razón por la que un negocio fracasa es porque sus ideas no se supieron vender lo suficientemente rápido y lo suficientemente bien para que el negocio no se quedara sin dinero” (Cardone, 2013, p. 9). Si una empresa no cuenta con ideas o estrategias innovadoras no tendrían el poder de prosperar de lo contrario incurrían en la quiebra por lo tanto un proceso de distribución va agarrado de la mano de las ventas, la atención al cliente y muchos otros aspectos importantes.

CONCLUSIÓN

En la presente investigación realizada la empresa BIG COLA de la ciudad de Babahoyo, se enfocó a estudiar el caso correspondiente al Proceso de distribución de los productos de la empresa, donde se dio seguimiento a los problemas que existen dentro de esta organización, para ejecutar esta investigación se utilizó los métodos de recolección de datos que es la encuesta que se les realizo a los trabajadores y a un segmento del mercado. En el desarrollo del estudio se presentaron las causas que afectan el proceso de distribución, en donde se expusieron diferentes conceptos relacionados con el tema.

En definitiva el proceso de distribución cumple un papel fundamental dentro de la empresa porque de este depende que la venta finalice y las partes involucradas queden satisfechas, logrando de esta forma la lealtad del cliente, fomentando la rentabilidad y competitividad que la empresa necesita para seguir abarcando nuevos mercados.

El control de inventario juega un papel importante en el cumplimiento del proceso de distribución, considerando que este se encarga de controlar y verificar la entrada y salida del producto lo que permite a la empresa abastecerse del mismo en el momento adecuado, porque sin ello la bodega se encontrarían con una escases de mercadería dificultando a su vez la ejecución de la venta dado a que la cartera de productos se reduciría.

La atención al cliente es algo elemental en la empresa, motivo por el cual de esta depende que la venta se efectué, esta atención es brindado por los vendedores que son los encargados de la recepción , del pedido al cliente y los abastecedores, que son los encargado de distribuir el producto a los respectivos clientes logrando así que la venta culmine, estos dos individuos

tienen contacto directo con los clientes por lo cual son los encargados de fomentar el prestigio y valores que la empresa posee.

BIBLIOGRAFÍA

- Barrueco, L. C. H. (2017a). Técnicas para ahorrar costos en el transporte. Aurum 2E. MARGE BOOKS.
- Cardone, G. (2013). Vendes o vendes: Cómo salirte con la tuya en los negocios y la vida. Penguin Random House Grupo Editorial México.
- Carle, G. C. (2014). Internacionalización, mercados y empresa. ESIC Editorial.
- Chaclón, C. O. (2013). El libro de la venta directa: El sistema que ha transformado la vida de millones de personas. Ediciones Díaz de Santos.
- Goodman, J. (2015). Atención Estratégica Al Cliente: Como Gestionar La Experiencia del Cliente Para Aumentar El Boca a Boca Positivo, Desarrollar La Lealtad y Maximizar Las Ganancias. Carlos Osvaldo Pacheco.
- Gosso, F. (2010). hiper satisfaccion del cliente. Panorama Editorial.
- Hernandez, Z. T., & Martínez, H. T. (2014). Planeación y Control. Grupo Editorial Patria.
- Humberto, G. S. (2017). Inventarios manejo y control. Ecoe Ediciones.
- Iglesias, A. (2016). Distribución y logística. ESIC Editorial.
- Jiménez, S. M. (2014). Distribución comercial aplicada 2^a ed. ESIC Editorial.
- Molina, P. G. (2017). Procesos de gestión de unidades de información y distribución turísticas. UF0077. Tutor Formación.
- Moral, L. A. (2014). Logística del transporte y distribución de carga. Ecoe Ediciones.
- Padilla, D. N. R. (2013). Contabilidad administrativa: un enfoque estratégico para competir (9a. ed.). McGraw-Hill Interamericana.

Payá, J. C. G. (2013). *Gestión y logística del mantenimiento de vehículos*. Editorial Club Universitario.

Pérez, S., & Cirera, M. (2014). *Defiende tu dinero*. Penguin Random House Grupo Editorial España.

Serrano, M. J. E. (2014). *Logística de almacenamiento*. Ediciones Paraninfo, S.A.

Tejero, J. J. A. (2011). *Logística integral: La gestión operativa de la empresa*. ESIC Editorial.

Vértice, E. (2010). *Atención al cliente: calidad en los servicios funerarios*. Editorial Vértice.

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA
ESTUDIO DE CASO
PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA
EMPRESA BIG COLA DE LA CIUDAD DE BABAHOYO



ANEXO N° 1
ENCUESTA DIRIGIDAS AL CLIENTE

1.- ¿Cuántas veces a la semana usted es visitado por los vendedores de la empresa BIG COLA?

- 1 a 2
- 3 a 4
- 5 a 6

2.- ¿Alguna vez su pedido no ha llegado a tiempo?

- SI
- NO

3.- ¿Se ha visto obligado a comprarle a la competencia que tiene la empresa BIG COLA por el incumplimiento del pedido?

- SI
- NO

4.- ¿Alguna vez ha sido víctima de alteraciones en su factura a pagar por parte de los abastecedores?

- SI
- NO

5.- ¿Alguna vez ha tenido conflicto físico o verbal con los abastecedores de la empresa BIG COLA?

- SI
- NO

6.- ¿Cómo usted considera la atención al cliente de la empresa BIG COLA?

- Excelente
- Buena

- Regular



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E INFORMÁTICA
ESTUDIO DE CASO
PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS DE LA
EMPRESA BIG COLA DE LA CIUDAD DE BABAHOYO



ANEXO N° 2

ENCUESTA DIRIGIDAS AL PERSONAL

1.- ¿Alguna vez la empresa se ha quedado sin productos en su bodega?

- SI
- NO

2.- ¿Como usted considera el manejo del control de inventario de la empresa BIG COLA?

- Excelente
- Buena
- Regular

3.- ¿Alguna vez han tenido problemas por el inadecuado manejo del inventario?

- SI
- NO

4.- ¿Cuántas veces les ha tocado ir a ver los productos a la matriz?

- 1 a 2
- 3 a 4
- 5 o mas

5.- ¿Usted considera que la carga y descarga del producto retrasa el proceso de distribución de la empresa BIG COLA?

- SI
- NO

6.- ¿Usted considera que la carga y descarga del producto provoca el daño del mismo afectando directamente a la empresa BIG COLA?

- SI
- NO