



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**TRABAJO PRÁCTICO DE EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE
CARRERA DE CARÁCTER COMPLEXIVO**

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA**

**TÍTULO
PLAN DE MEJORA DE DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS DE
PROSTEV S.A.**

Autor (a): Soledispa Veliz Joselyn Lissette

Tutor (a): MAE. Javier Benítez Astudillo.

Milagro, Diciembre 2016

Ecuador

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Por la presente hago constar que me comprometo asesorar durante la etapa del desarrollo hasta su presentación, evaluación y sustentación del trabajo de titulación, cuyo tema es **Plan de mejora de distribución de productos de Prostev S.A. Cantón de Milagro** presentado por el, estudiante **Soledispa Veliz Joselyn Lissette**, para optar al título de **Ingeniería en Contaduría Pública Y Auditoría**.

Milagro, a los 28 días del mes de noviembre del 2016



MAE. Javier Benítez Astudillo.
C.I. 0918089848

DECLARACIÓN DE AUDITORIA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

El autor de esta investigación declara ante el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de mi propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 28 días del mes de noviembre del 2016



Soledispa Veliz Joselyn Lissette

C.I. 0940838915

AGRADECIMIENTO

Primeramente quiero agradecerle a Dios por brindarme la gran bendición de guiar mis pasos y a su vez permitir que pueda cumplir cada una de mis metas dándome la capacidad y sabiduría suficiente para llevar a cabo el buen desenvolvimiento de mi entorno estudiantil y laboral.

A mi abuelo y demás familiares, por ser ese motor que me inculca a seguir adelante, ofreciéndome su apoyo incondicional y enseñándome a su vez valores y principios que me han permitido culminar de manera excelente este periodo estudiantil, haciendo que esta etapa de mi vida sea más llevadera.

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, MAE.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo hacer entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo Práctico de Examen de Grado o de Fin de Carrera de Carácter Complexivo, realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue **Plan de mejora de distribución de productos de Prostev S.A. de Milagro**” y que corresponde a la Facultad de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, 28 de noviembre del 2016



Soledispa Veliz Joselyn Lissette

C.I. 0940838915

TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.	2
1.1 Planteamiento del Problema.....	2
1.1.1 Problematización.	2
1.1.2 Delimitación del problema.....	3
1.2 Objetivos.....	3
1.2.1 Objetivo General.	3
1.2.2. Objetivos Específicos.....	3
Capitulo II: MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO.....	5
2.1 Marco Teórico Referencial.....	5
2.2 Marco Conceptual.....	5
2.3 Diseño de la Investigación	7
2.4 Población y Muestra.	8
2.5 Métodos y Técnicas.....	8
2.6 Resultados.....	8
CAPITULO III: PROPUESTA	11
3.1 Descripción de la propuesta	11
3.2 Desarrollo de la propuesta.....	18
POLÍTICAS Y NORMAS DE CONTROL INTERNO	19
POLÍTICAS Y NORMAS DE CONTROL INTERNO	22
POLÍTICAS Y NORMAS DE CONTROL INTERNO	25

POLÍTICAS Y NORMAS DE CONTROL INTERNO	28
POLÍTICAS Y NORMAS DE CONTROL INTERNO	31
3.3 CONCLUSIONES	35
3.4 Recomendaciones.	36
Bibliografía	37

RESUMEN

El caso a desarrollar en PROSTEV S.A sobre el plan de mejora de distribución de productos, se pretende ejecutar para que de esta manera la empresa pueda mejorar sus ingresos, considerando que si la distribución de productos mejora, también tendrá un incremento las cobranzas que se están realizando y el ingreso de sus empleados.

La forma de realizar su actividad principal es por medio de ventas por catálogo y a crédito, de acuerdo a la disposición que tienen los clientes para realizar sus respectivos pagos, esta puede ser en efectivo y pagos por cuotas, el problema principal de la empresa es la falta de una buena distribución del producto debido a varios factores como por ejemplo el despacho tardío de a los ejecutivos de ventas por parte de las personas encargadas de las bodegas de la empresa, cabe hacer énfasis de que la culpa no es completamente de los bodegueros, sino más bien es la falta de un sistema que permita verificar con tiempo el stock de cada producto. Debido a estos inconvenientes se otorgan las devoluciones de mercadería y pérdidas de clientes ya que tienen que esperar mucho tiempo para que se les pueda entregar el producto deseado por ellos, para evitar este tipo de problemas se ha implementado un sistema de distribución que garantice la distribución de los productos a sus consumidores, para ello se tomaran en cuenta la estructuración de los procesos y canales de distribución.

Esperando de esta manera solucionar aquellos problemas ya antes detectados en la problematización..

Palabras claves: Distribución, productos, control, sistemas

ABSTRACT

The case to be developed in PROSTEV SA on the plan to improve product distribution, is intended to be implemented so that the company can improve its revenues, considering that if the distribution of products improves, there will also be an increase in collections that are Performing and the income of its employees.

The main way of doing business is through catalog and credit sales, according to the willingness of customers to make their respective payments, this can be in cash and payments for fees, the main problem of the company is the Lack of a good distribution of the product due to several factors such as the late dispatch of sales executives by the people in charge of the company's warehouses, it is necessary to emphasize that the fault is not completely of the winemakers, But rather it is the lack of a system that allows to verify with time the stock of each product. Due to these inconveniences, merchandise returns and customer losses are granted since they have to wait a long time before the desired product can be delivered by them. To avoid such problems, a distribution system has been implemented to guarantee the distribution Of the products to their consumers, for this will take into account the structuring of the processes and distribution channels.

Hoping in this way to solve those problems already detected in the problematization..

Key words: Distribution, products, control, systems

INTRODUCCIÓN

Anteriormente el comercio se lo realizaba con varias formas de vender, el trueque era una forma de comercializar los productos, siempre con la idea de obtener una ganancia, pues se consideraba que el trabajo y producto que se comercializaba tenía que valer más.

El comercio por catálogo es una nueva forma de vender, así mismo la venta a crédito es otra forma de vender en cada uno de las formas existe un tipo de riesgo, que puede ser económico y otro es la pérdida del producto o del dinero recaudado por el mismo sistema de comercialización. Con este sistema de venta la empresa PROSTEV S.A. creció considerablemente, por lo que se deduce que el comercio de cualesquier forma es rentable.

Este trabajo está compuesto por tres capítulos, detallados a continuación:

El primer capítulo hace referencia a los problemas que se han originado en el transcurso de la investigación de este caso dando a conocer los inconvenientes a solucionar, el segundo capítulo hace referencia a la investigación desarrollada y por último, el tercer capítulo es netamente la propuesta expuesta para dar solución a los problemas encontrados, en este capítulo se pretende detallar todas las posibles soluciones a dicha problemática en donde se genera la mejor estrategia a realizarse, considerando que en este caso más la adecuada es una reestructuración de los procesos de distribución de la empresa PROSTEV S.A. para de una manera organizada garantizar la distribución de los productos a sus consumidores, para ello se tomarán en cuenta la estructuración de los procesos y canales de suministros con el objetivo de brindar un servicio y producto de calidad para sus clientes.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema.

1.1.1 Problematicación.

El Ecuador de ser un país agrícola poco a poco se está convirtiendo en un país comercial debido a la política económica de sus gobernantes, la situación económica de los últimos tiempos se hace cada más difícil haciendo que muchos personas obtén por el emprendimiento, es así que nace la empresa PROSTEV S.A. que se dedica la venta de productos con el sistema de puerta a puerta de mercadería para el hogar, desde ropa, calzado, electrodomésticos entre otros.

La empresa en si utiliza para su venta el catalogo, que es un instrumento que permite a los clientes seleccionar el producto de su preferencia y la empresa se lo entrega en su domicilio previo al pago de la mercadería en dos modalidades, la primera que puede ser al contado y la segunda a crédito, en la segunda modalidad tiene la opción de pago en cuotas módicas dependiendo del costo bien adquirido, que puede ser en 12 a 15 pagos semanales. (CABRERA, 2005)

En sus comienzos la empresa operaba normalmente, pero debido a su aceptación en el mercado hubo la necesidad de contratar más personas que se dedicarían a la entrega de los productos a domicilio, por lo que hubo de realizar una importante inversión en la compra de vehículos para el reparto y personal que realicen la venta por catálogos con el sistema de venta piramidal, es decir que el producto que sea vendido por un consultor de venta ganaba un porcentaje establecido por la empresa con un rango del 20, 25 y 30 % del artículo vendido. (CAMISON, 2006)

El problema se manifiesta porque no existe un modelo electrónico que permita al momento revisar los pagos de las personas que adquirieron la mercadería,

es por ello que se detecta con mucho tiempo de retraso los pedidos que deberían despacharse.

En la empresa se utiliza las cartillas manuales, de igual manera por la cantidad de clientes que maneja la empresa se hace casi imposible determinar la cantidad exacta del stock de mercadería existente en bodega, esta situación también ocasiona demora en el despacho y entrega de mercadería a los clientes que han solicitado el producto creando malestar en los clientes.

Estos problemas encontrados hacen que surjan otros problemas relacionados como son las devoluciones ya sea por entrega tardía y por mercadería defectuosa esto hace pensar que en el transcurso del tiempo se pierda credibilidad y pérdida de mercado que a la postre podría cerrar la empresa por sus elevados costos de operación, la ausencia de venta y por ende la baja ganancia de la empresa generando el cierre definitivo de la empresa.

1.1.2 Delimitación del problema

Este caso práctico de investigación tendrá respectivo desarrollo en la provincia del Guayas, cantón Milagro, en la empresa PROSTEV S.A. ubicado en la vía Km. 26 entre las localidades del Rio Chimbo y Recinto el Deseo, la investigación tendrá una duración de 30 días para su implementación.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General.

Diseñar un sistema de gestión para el control interno de los procesos Ventas, Compras e Inventario, basado en Manuales de Políticas y Procedimientos para la Empresa PROSTEV S.A.

1.2.2. Objetivos Específicos.

- Establecer normativas y políticas para la correcta ejecución de los procesos de ventas, compras e inventario.
- Determinar las actividades y funciones específicas que se debe cumplir y ejecutar en cada puesto de las diferentes áreas.
- Diseñar diagramas de flujo para la correcta interpretación de las funciones y actividades de cada proceso.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO Y METODOLÓGICO

2.1 Marco Teórico Referencial.

Desde la antigüedad existía el comercio, eso lo conocemos de la historia los egipcios, los árabes, los persas y otros, el comercio antiguamente se lo relacionaba con el trueque es decir dar un producto o mercadería y recibía algo que no se tenía casi por el mismo valor y cantidad de acuerdo al valor que ellos le ponían, en la actualidad también se da el mismo fenómeno pero ahora se lo paga con una moneda previamente establecidas en los países por sus respectivos gobiernos y del mercado mundial. (BONACHE & CABRERA, 2007)

De aquí nacen las diferentes en empresas y entre ellas tenemos PROSTEV S.A., que se dedica a la venta de productos terminados para el hogar de la familia Milagreña, nace justamente en un sector donde la competencia es escasa lo que permite el rápido crecimiento de la empresa. (COULTER, 2009)

Todas las empresas que se dedican al comercio lo hacen con un solo objetivo brindar un producto o servicio para obtener una ganancia o contribución económica, el método o actividad son variados, para la empresa PROSTEV S.A. lo hace con un valor agregado que es la entrega a domicilio del bien o producto adquirido por el cliente, esta actividad llevada a cabo con eficiencia le permitirá a la empresa mantenerse en el mercado competitivo de la actualidad. (CHAVEDO, 2009).

2.2 Marco Conceptual.

Ventas por catalogo

Las ventas por catálogo son una opción de negocio que en estos momentos está en expansión debido a lo novedoso y cómodo del servicio para los clientes, que en la mayoría de los casos reciben una atención personalizada

que incluye la demostración y explicación de los productos, entrega a domicilio y amplias garantías de satisfacción.

Es importante señalar que los vendedores por catálogo se han constituido un nuevo canal de distribución y venta con productos singulares y novedosos que no están disponibles en las grandes tiendas tradicionales de los centros comerciales del país. (Holguín, 2013)

El negocio en sí, consiste en mostrar los folletos o revistas y muestrarios de marcas específicas con las que se está trabajando, la demostración se las hace a conocidos, familiares, amigos y toda la red propia de contactos. Las ganancias están relacionadas con los volúmenes de venta, a mayor volumen mayor será el porcentaje de venta.

Las Cifras de la Asociación Ecuatoriana de Venta Directa, estima que es de más de 180'000 000.00 de dólares, con un crecimiento sostenido del 8 %, rubro en el que se incluyen las ventas por catálogo, de acuerdo a la aevd, existen 400 representante en el país y cada uno de ellos manejan aproximadamente en un rango de 20 y 30 consultoras, de las cuales cada consultoras tiene aproximadamente 30 clientes independientes. (MUÑOZ, 2010)

Criterios para la Selección del Canal de Distribución.

Las respectivas decisiones a establecer sobre la distribución deben ser tomadas con base relevante en los objetivos y estrategias de ventas y programas de distribución general de la empresa. Po lo general estas decisiones son tomadas por los distribuidores de artículos, los mismos que están guiados por tres criterios gerenciales:

La cobertura del mercado. Es muy importante que se fingen rangos de tamaño y el valor del mercado potencial en el cual se desea abastecer por medio de un canal de distribución. De esta manera se puede realizar de forma eficaz variadas transacciones para poder llegar y ser aceptados en el nicho de mercado que sea necesario para la respectiva precisión y acoplamiento de productos disponibles para la distribución y su respectiva venta. A pesar de ello se debe considerar las posibles consecuencias que se podrían dar, es muy importante que para la negociación exitosa que el emprendedor o los directivos

del negocio tengan algo de contacto directo tanto con otros emprendedores, directivos o propietarios de negocios que se dediquen a la misma actividad y con los consumidores finales, ya que así es como se fijan los intermediarios.

Control. Para la selección de canal de distribución de productos lo más importante es el control que exista dentro de la empresa para llevar a cabo una buena selección. Una vez realizada la distribución del producto el control del mismo ya pertenece al nuevo adquirente ofreciéndole el poder de hacer lo que quiera con ese producto. Una de las opciones x la que se debería optar para un canal de distribución corto es dejar productos en pequeños almacenes y así sería más conveniente para tener un mayor control del inventario.

Costos.- los consumidores son los más interesados en cuanto a los costos, ya que si relucen canales cortos, menos sería el costo de distribución, de la misma forma menor sería el precio a cancelar. Sin embargo, los intermediarios son ejecutores especialistas que realizan esta función de un modo más eficaz de lo que haría un productor; por tanto, los costos de distribución son generalmente más bajos cuando se utilizan intermediarios en el canal de distribución. (BACARDI, 2016)

Entre más económico nos resulte un canal de distribución, menor será la posibilidad de generar conflictos y rigidez. Al hacer la valoración de las alternativas se tiene que empezar por considerar sus consecuencias en las ventas, en los costos y en las utilidades. (MUÑOZ, 2010)

Estas alternativas son las más conocidas para canales de distribución son: la fuerza vendedora de la empresa y la agencia de ventas del productor. Como se sabe el mejor sistema es el que produce la mejor relación entre las ventas y los costos. Se empieza el análisis con un cálculo de las ventas que se realizan en cada sistema, ya que algunos costos dependen del nivel de las mismas. (MARTINEZ, 2006)

2.3 Diseño de la Investigación

El estudio tiene un diseño no experimental, descriptivo porque no se manipuló las variables, ya que solo se describen los hechos del fenómeno observado

levantándose la información en un solo espacio de tiempo, por la combinación de los actores que hicieron posible el levantamiento de la información que sirvieron en la realización de la investigación. (RODRIGUEZ, 2010).

El proyecto tiene un enfoque cualitativo y cuantitativo, porque se busca dar soluciones a los inconvenientes que se generan en la empresa en cuanto al desarrollo de las funciones, procesos y actividades, por la gran cantidad de información que se tiene.

Además, se utilizó la investigación de campo para obtener información mediante la entrevista de forma presencial con varios empleados que intervienen directamente en el proceso de ventas y distribución de los productos.

2.4 Población y Muestra.

La población seleccionada para la recolección de información necesaria, fueron los principales protagonistas involucrados en el proceso, quienes son el personal idóneo, porque conocen a cabalidad las debilidades y fortalezas en cada área.

2.5 Métodos y Técnicas.

2.5.1 Método.

Para la realización de este proyecto se utilizó el método descriptivo, porque con su aplicación permite tener un claro análisis de la problemática y las consecuencias que genera.

2.5.2 Técnica.

Para la recolección de la información se utilizó la entrevista como herramienta para obtener información importante, que permita conocer a cabalidad la problemática para proporcionar las soluciones debidas del caso.

2.6 Resultados.

La entrevista realizada a las personas seleccionadas para la recolección de información permitió conocer con mayor certeza los inconvenientes que

presenta la Empresa PROSTEV S.A, por lo tanto, cuando se analizó los datos obtenidos, se obtuvo lo siguiente:

PROSTEV S.A. es una empresa dedicada a la comercialización – ventas de productos por catálogo, lo cual permite al cliente tener una variedad de productos a escoger para satisfacer sus necesidades acorde al presupuesto que se tiene, y sus comodidades.

La empresa cuenta con personas denominadas Asistentes o Ejecutivos de ventas, quienes tienen la función de captar clientes a través de diferentes medios, presencial, puerta a puerta, recursos electrónicos (redes sociales), etc., para promocionar los productos que se tienen.

El personal de la empresa tiene la capacidad y competencia necesaria para la realización de las actividades comerciales, aptas para la atención del cliente, la negociación de los productos y la gestión de cobranzas, que son el núcleo principal para el cumplimiento de los objetivos planteados.

El inconveniente que afecta de manera directa en el proceso de ventas, es el inventario, porque cuando se hace la negociación de los productos, no se conoce si los mismos existen en el stock de la bodega, generando problemas con el cliente, porque en ocasiones no es el producto que esperan, o no quedan satisfechos con el mismo, procediendo a la devolución y reembolso de valores.

Las devoluciones por motivos de inconformidad del cliente o por averíos son reportados a la gerencia para autorizar la restitución del producto al cliente, y darlos de baja en el sistema SG-NET.

Los productos son distribuidos por el personal de la empresa en camiones y camionetas, quienes van al domicilio del cliente para realizar la entrega de manera personal, además de realizar el cobro por los mismos, y ese dinero es ingresado en la caja de la empresa.

Es necesario contar con un método donde se explique los detalles de cada actividad que se realiza en cada proceso, es importante la aplicación y utilización de flujogramas y manuales de políticas y procedimientos para conocer las funciones de cada persona.

CAPITULO III

PROPUESTA

3.1 Descripción de la propuesta

El caso de estudio que ha realizado, tienen como objetivo principal, detallar y establecer las funciones y actividades que se deben realizar para alcanzar los objetivos estratégicos y económicos de la Empresa PROSTEV S.A.

Establecer las normativas, funciones, procedimientos, es esencial para la correcta administración, funcionamiento y ejecución de actividades, esto se logra luego del análisis de la información que se obtuvo acerca de la problemática y sus causas.

Las empresas buscan establecer las funciones y actividades que se deben ejecutar en cada nivel jerárquico de los departamentos que se tienen, por ejemplo, Gerente General, Administrativo, Asistentes, etc. Estas funciones son detalladas en los manuales de políticas y procedimientos, además de los Diagramas de Flujo.

Realizar levantamiento de información de las actividades que realiza cada colaborador de la Empresa, es esencial, la misma que permitió establecer los diagramas de flujo y como se ejecutan.

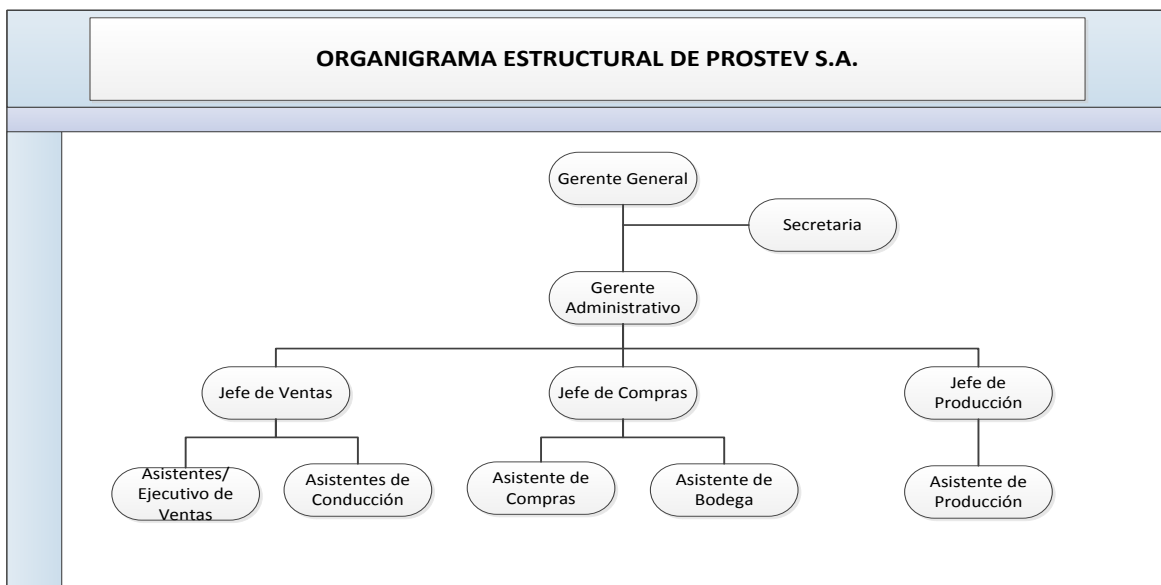


Imagen: 1 organigrama estructural.

El Organigrama Estructural de la Empresa PROSTEV S.A. es el punto inicial en la restructuración de los procesos, porque permite conocer por medio del cargo, las personas involucradas en cada procedimiento, y se puede determinar con exactitud sus funciones, además de las competencias que tiene.

Por lo general, las empresas se enfocan mucho en la gestión por procesos, porque les permite tener un panorama claro de sus objetivos, como lograr alcanzarlos y evitar contratiempos en la ejecución de las diferentes actividades.

Además, con la ayuda de los manuales de procedimientos se agiliza los tiempos de aprendizaje para las personas que no conocen el funcionamiento de la empresa, otorgándoles la fácil manipulación de la información.

Por tal motivo se realizó un inventario de los procesos que se tienen en la empresa PROSTEV S.A.

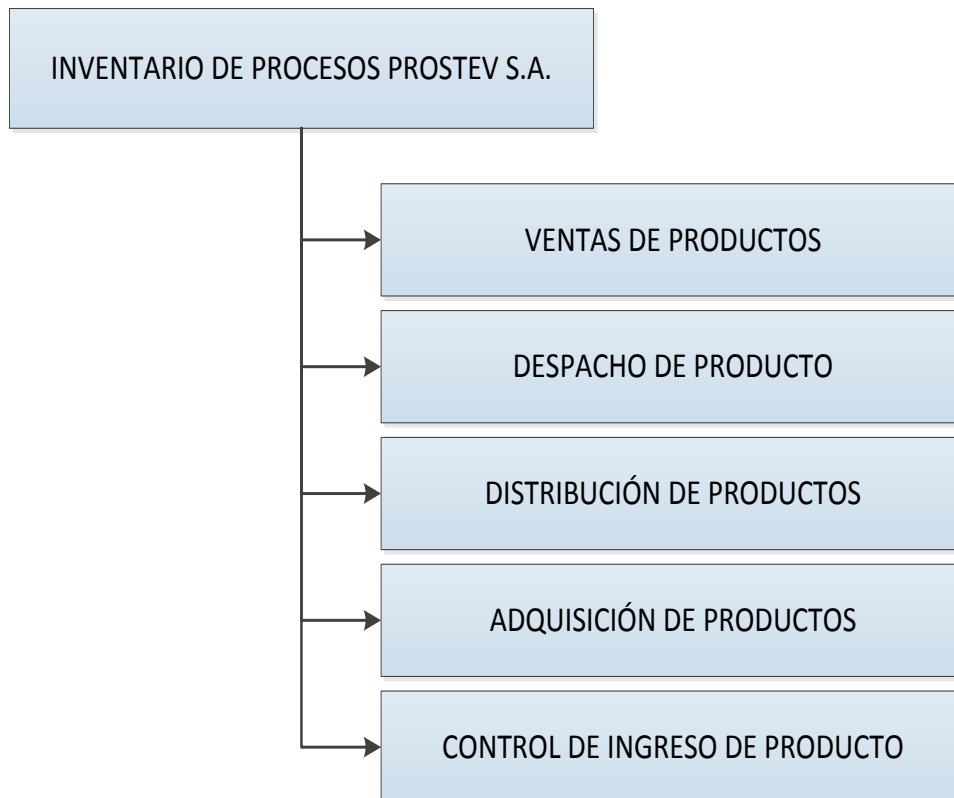


Imagen: 2 inventario de procesos

Descripción de procedimientos.

Procedimiento Venta de Producto.

En este procedimiento se detalla las actividades que realizan los Asistentes de Ventas, quienes tienen la función de captar clientes, atenderlos y dar a conocer cada producto que ofrece la empresa. Se utiliza el catálogo como herramienta fundamental, porque contiene la información del tipo de producto y su precio.

El personal que labora en el área de ventas debe estar altamente capacitado para cumplir con estas funciones, dado que, se puede ganar o perder clientes por la forma de tratarlos.

Procedimiento despacho de productos.

Este procedimiento especifica las actividades y funciones que se realizan cuando finaliza en proceso de ventas, los principales protagonistas son los asistentes de la bodega, quienes tienen el control del inventario, despachar los productos que han sido adquiridos por los clientes y almacenar ordenadamente los productos.

Procedimiento distribución de productos.

Especifica las actividades y funciones que se deben realizar al momento de trasladar los productos al domicilio de los clientes, los conductores y asistentes de ventas realizan la entrega, además de hacer la gestión de cobro.

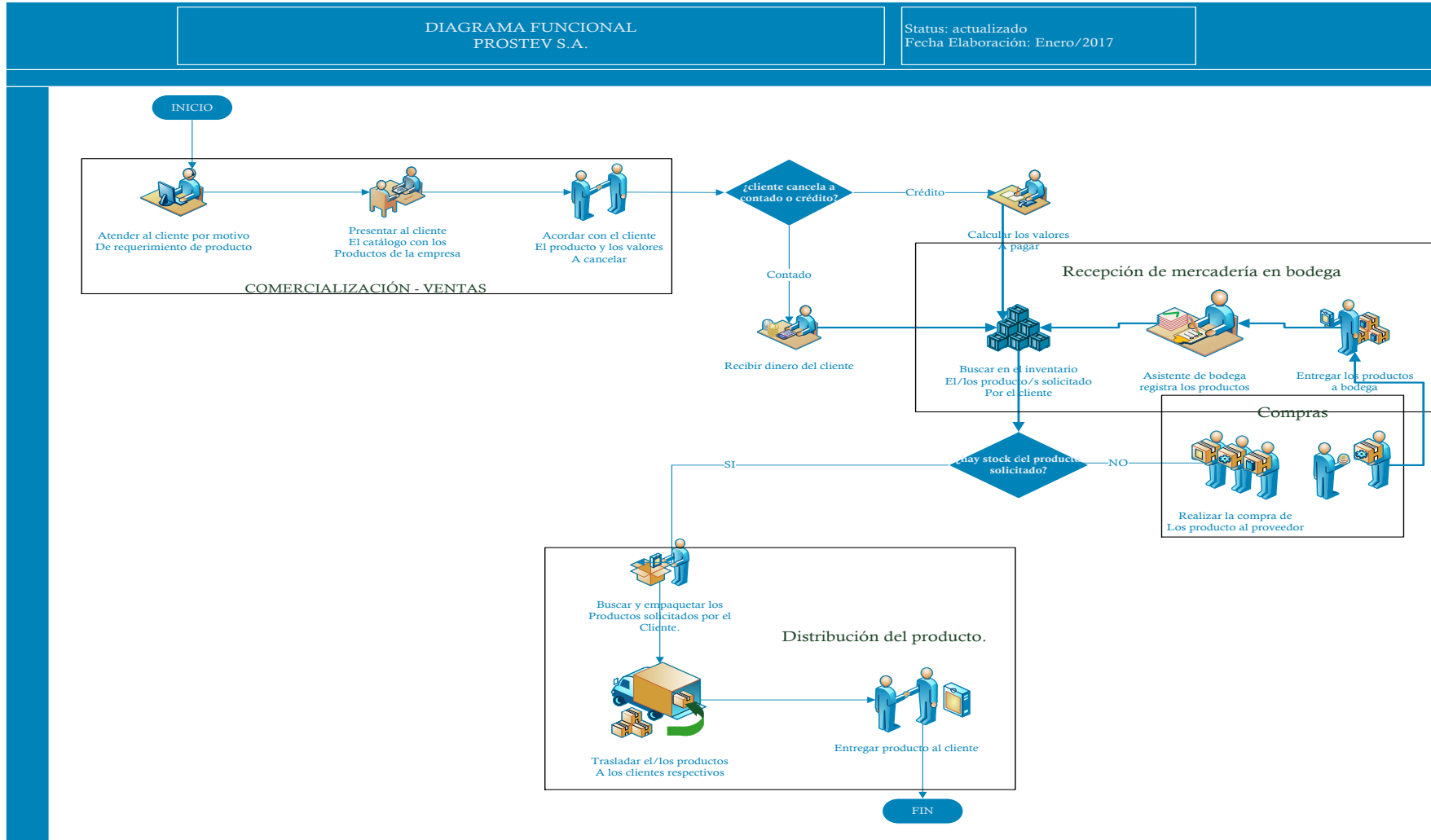
Procedimiento adquisición de productos.

Se detallan las actividades necesarias para el abastecimiento de la bodega, dado que, por la gran cantidad de salida de los mismos, es menester realizar una gestión de compras eficiente, con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

Procedimiento control de ingreso de producto.

Este procedimiento es esencial en la empresa, porque se debe hacer una verificación de los productos que ingresan a la empresa por motivo de abastecimiento. Se debe constatar físicamente el ingreso del producto con la factura de compras, si existe alguna novedad se debe notificar para realizar las gestiones correspondientes.

IMAGEN: 3 DIAGRAMA DE FUNCIONES.



En toda empresa es de mucha importancia la economía de la misma, es por ello que en una empresa encargada de la distribución de productos como PROSTEV S.A. es muy importante saber cómo se propagan los pagos de cada una de las clientas teniendo un registro donde cuenten todos estos los datos personales de ellas para así tener un orden y saber qué día se realizara la distribución del producto requerido, en el tiempo acordado.

Procedimiento a realizarse

En sí, el procedimiento a realizar se va a determinar mediante un plan de mejora manipulando el sistema de forma correcta, asociando con el sistema actual, el cual si cuenta con un registro de clientas en donde se generara un reporte de cada uno de los pagos emitidos hacia la empresa y el despacho de los productos de su requerimiento. (GESTIOPOLIS, 2016)

Diseño de un plan de distribución para la empresa

Es esencial que los productos determinados para las ventas de la empresa consten dentro del stock existente en el inventario de la empresa y más aún que las bodegas cuenten con un reporte de pedidos de productos requeridos por el cliente, por ello es importante dar soluciones viables para que los productos ya despachados lleguen a tiempo a sus clientes y sean de acuerdo a los pedidos que ellos han realizado a la empresa asegurando a su vez el pago del producto. (NEGOCIO, 2016)

Políticas de distribución y Canales de distribución y punto de venta

Las empresas comercializadoras nacen con las necesidades de los clientes, por ello es sumamente relevante asumir la responsabilidad de cumplir los normamentos de la entidad. (ESPINOZA, 2011)

Aquí demostramos varios de los ejemplos de métodos o canales más utilizados, en negocios que impliquen la distribución de productos varios, son:

Venta directa (del fabricante al cliente), son ventas realizadas directamente por medio de agencias, sucursales, teléfono, internet o varios puntos de ventas seleccionados por la empresa,

Venta a través de mayoristas, son personas o instituciones pequeñas que consiguen el producto para revenderlo, considerando que estos mismos mayoristas podrían ser competencia.,

Venta a través de minoristas, estos minoristas compran nuestros productos para negociarlos de forma más flexible a los clientes,

Venta a través de distribuidores oficiales, o también conocidos como empresas autorizadas para distribuir los productos del fabricante en un lugar determinada, como las franquicias, los mismos que pueden vender directamente a clientes o minoristas a. (ESPINOZA, 2011)

Todos estos tipos de intermediarios ya sean: mayoristas, minoristas, distribuidores, otros agentes, etc. o canales que pueden ayudar a la distribución efectiva entre el fabricante, distribuidor principal y el consumidor final, cabe recalcar que aun así ellos pueden abarcar un amplio mercado ofreciendo una rango de servicios más vial para el cliente. (CHONICLE, 2016)

En caso de que los directivos de la empresa dispongan como mejor alternativa la apertura de un local comercial para función de comercio minorista, el canal de distribución estará constituido por la misma empresa contando con su respectivo transporte hacia el local encargado de realizar las ventas del producto, generando rentabilidad como un punto de venta integro para la distribución de los productos disponibles. En este caso también la empresa puede contar con un posible riesgo, dado que será algo tardío lograr que los clientes nos ofrezcan una satisfactoria aceptación en ese mercado. (GRUPO OCEANO, 2005)

Políticas de distribución

En este su apartado, y una vez especificados qué canales se van a utilizar, se define la estrategia de distribución que va a desplegar la nueva empresa, determinando las diferentes maneras en las que el emprendedor va a colocar sus productos en manos del cliente final. (NEGOCIOS, 2016)

Por otra parte, en este su apartado se concretaría también que políticas de distribución se van a articular, si es que está justificada alguna diferenciación basada en ciertos criterios que se considere razonables. (BALLOU, 2009)

Puede darse el caso, que el emprendedor decida que para hacer llegar sus productos a sus clientes, de la forma más eficiente y/o eficaz, deberá utilizar diversos canales según sea el tipo o línea de producto, el área geográfica en la que residan los clientes. Si es así habrá que especificarlo. Si no lo es, es suficiente con documentar sólo el sub apartado anterior. (MCGRAW & IRWIN, 2007).

3.2 Desarrollo de la propuesta.

Para la realización del proyecto de investigación se determinaron acciones fundamentales para dar solución a la problemática que se genera en la Empresa PROSTEV S.A, mediante el análisis de la información obtenida, el levantamiento de los procesos, y la realización de los manuales de políticas y procedimientos.

Para el desarrollo de la propuesta del proyecto de investigación se ejecutaron las siguientes etapas:

Ejecución de análisis de información.

La información que se obtuvo acerca de los procesos, determinaron falencias que perjudican en el correcto funcionamiento en cada área de la empresa, entender la problemática fue esencial en la realización del proyecto, conocer los efectos y la solución al problema que se genera.

Etapas de Diseño.

Diagramas de flujo.- se elaboraron con el fin de entender las actividades que realizan el personal de acuerdo a sus funciones.

Manuales de políticas y procedimientos.- donde se describen las actividades, normativas y procedimientos que deben cumplir cada persona.

	MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE PROSTEV S.A.	FUNCIÓN: CPA-CONTROL
	PROCEDIMIENTO: VENTA DE PRODUCTOS	
Inicia:	Atender la solicitud del cliente por productos requeridos.	Fec. Emisión: Enero de 2017
Termina:	Indicar al cliente que su producto será enviado a su domicilio.	Fec. Revisión: enero de 2017

No.	ACTIVIDAD	UNIDAD DE TRABAJO
1.	OBJETIVO Establecer las normativas, reglamentos y funciones que se deben ejecutar para la compra, venta y distribución de productos en la empresa PROSTEV S.A. a sus clientes.	
2.	ALCANCE Este procedimiento es para los funcionarios de la empresa PROSTEV S.A. el mismo que debe ser aplicado y ejecutado para el cumplimiento de los objetivos estratégicos.	
3.	RESPONSABILIDADES Es obligación del asistente/ejecutivo de ventas: <ul style="list-style-type: none"> • Atender a los clientes de forma cordial para conocer sus necesidades y promocionar los productos que ofrece la empresa. • Brindar información a los clientes sobre los productos que están detallados en el catálogo. • Captar la mayor cantidad de clientes y emprendedores para el crecimiento de la empresa e incrementar las ventas de productos. • Realizar la gestión de cobranzas a los clientes, sea al contado o crédito. 	
4.	POLÍTICAS Y NORMAS DE CONTROL INTERNO <ul style="list-style-type: none"> • La empresa PROSTEV S.A. se caracteriza por la atención de su personal para con los clientes, es esencial que las personas brinden un excelente trato para obtener mayor clientela e incrementar el ingreso económico. • Se debe generar factura por cada producto que se vendiere para dar constancia de la salida del mismo. • Los asistentes o ejecutivos de ventas deben tener la capacidad de 	

Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lissette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 19 de 48

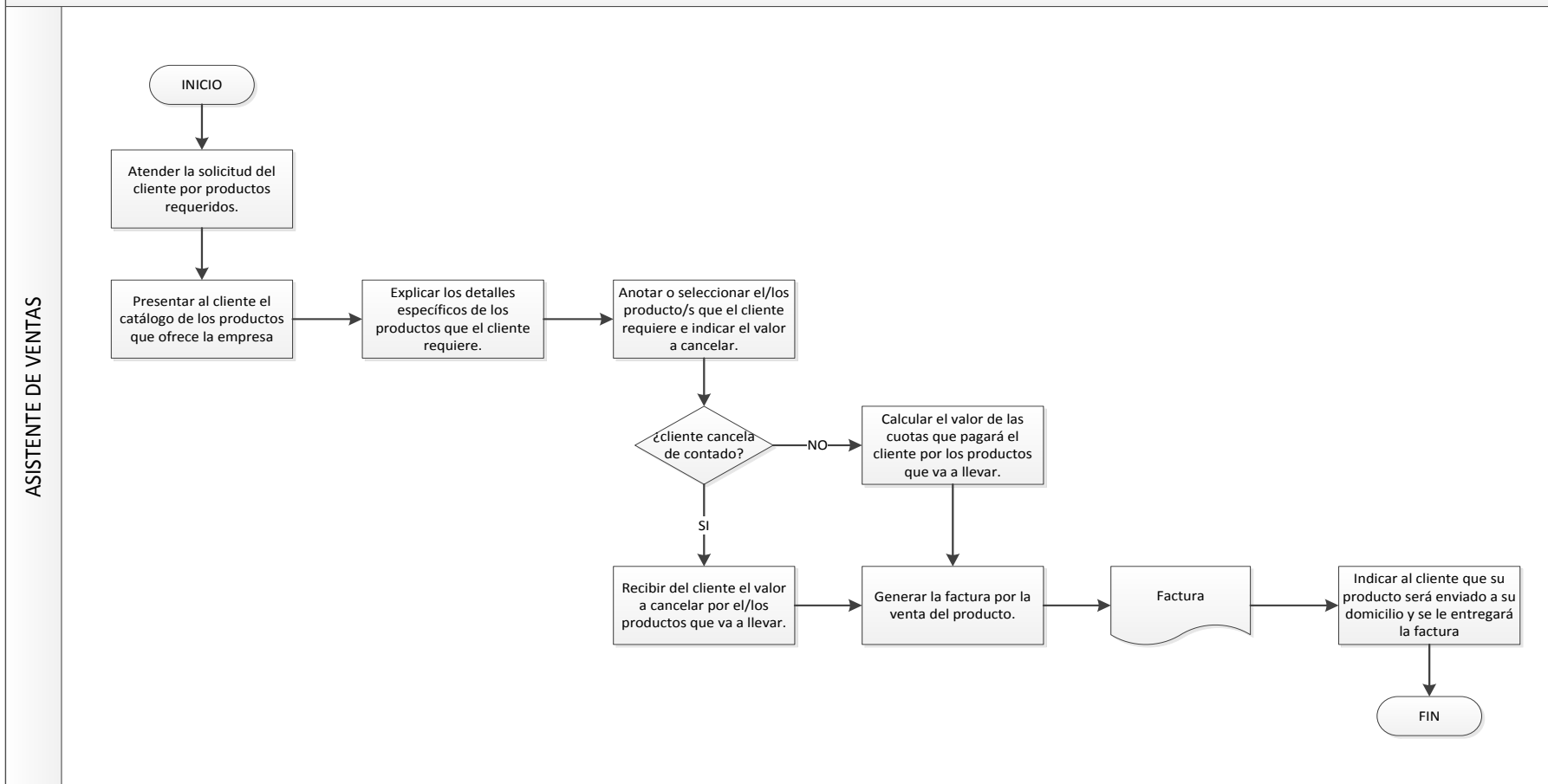
	MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE PROSTEV S.A.	FUNCIÓN: CPA-CONTROL
	PROCEDIMIENTO: CONTROL DE INGRESO DE PRODUCTOS	
Inicia:	Receptar la factura de compras y los productos.	Fec. Emisión: Enero de 2017
Termina:	Colocar en forma ordenada los productos en las perchas de la bodega.	Fec. Revisión: enero de 2017

<p>captar clientes, mediante la publicidad utilizando los medios electrónicos (redes sociales – internet), volantes y demás.</p> <p>PROCEDIMIENTO</p> <p>5</p> <p>5.1</p> <p>5.2</p> <p>5.3</p> <p>5.4</p> <p>5.5</p> <p>5.6</p> <p>5.7</p> <p>5.8</p>	<p>Atender la solicitud y requerimientos de los clientes para conocer las necesidades que tienen.</p> <p>Presentar al cliente el catálogo donde se encuentran detallado los productos que ofrece la empresa para sus clientes.</p> <p>Explicar detallada y específicamente los productos que se tienen en el catálogo, y que el cliente desea adquirir.</p> <p>Anotar o seleccionar el/los producto/s que el cliente desea adquirir.</p> <p>¿El cliente va a cancelar el producto de contado? SI: Continúa Actividad 5.5 NO: Continúa Actividad 5.6</p> <p>Recibir del cliente el valor a cancelar por el/los productos que ha adquirido. Continúa Actividad 5.7</p> <p>Calcular el valor de las cuotas que pagará el cliente por los productos adquiridos.</p> <p>Generar la factura por la venta d los productos que el cliente ha adquirido.</p> <p>Indicar al cliente que su producto será entregado en su domicilio.</p>	<p><u>Asistente / Ejecutivo de ventas.</u></p>
--	---	---

Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lissette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 20 de 48

DIAGRAMA DE FLUJO
PROCESO: VENTAS
SUB PROCESO: VENTA DE PRODUCTOS

Status: actualizado
 Fecha Elaboración: Enero/2017



Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lisette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 21 de 48

	MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE PROSTEV S.A.	FUNCIÓN: CPA-CONTROL
	PROCEDIMIENTO: DESPACHO DE PRODUCTOS	
Inicia:	Elaborar listado de los productos que los clientes han requerido.	Fec. Emisión: Enero de 2017
Termina:	Entregar el listado de clientes y los productos al responsable de entrega.	Fec. Revisión: enero de 2017

No.	ACTIVIDAD	UNIDAD DE TRABAJO
1.	OBJETIVO Establecer las normativas, reglamentos y funciones que se deben ejecutar para la compra, venta y distribución de productos en la empresa PROSTEV S.A. a sus clientes.	
2.	ALCANCE Este procedimiento es para los funcionarios de la empresa PROSTEV S.A., los cuales llevan el control de los productos que se tienen en la bodega para su respectivo despacho.	
3.	RESPONSABILIDADES Es obligación del asistente/ejecutivo de ventas: <ul style="list-style-type: none"> • Entregar la información necesaria para el despacho de los productos que los clientes han solicitado por medio del catálogo o por código del producto. Es obligación del asistente de bodega: <ul style="list-style-type: none"> • Verificar en el sistema y en físico la existencia de los productos que se necesitan para la entrega al cliente. • Despachar los productos de acuerdo a lo solicitado por el asistente de ventas, cantidad y características de acuerdo a lo establecido en el catálogo. • Comunicar la falta de productos que han sido requeridos por los clientes. 	
4.	POLÍTICAS Y NORMAS DE CONTROL INTERNO <ul style="list-style-type: none"> • La empresa PROSTEV S.A. se caracteriza por la atención de su personal para con los clientes, es esencial que las personas brinden un excelente trato para obtener mayor clientela e incrementar el ingreso económico. • Los encargados de la bodega deben llevar el control del inventario 	

Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lissette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 22 de 48

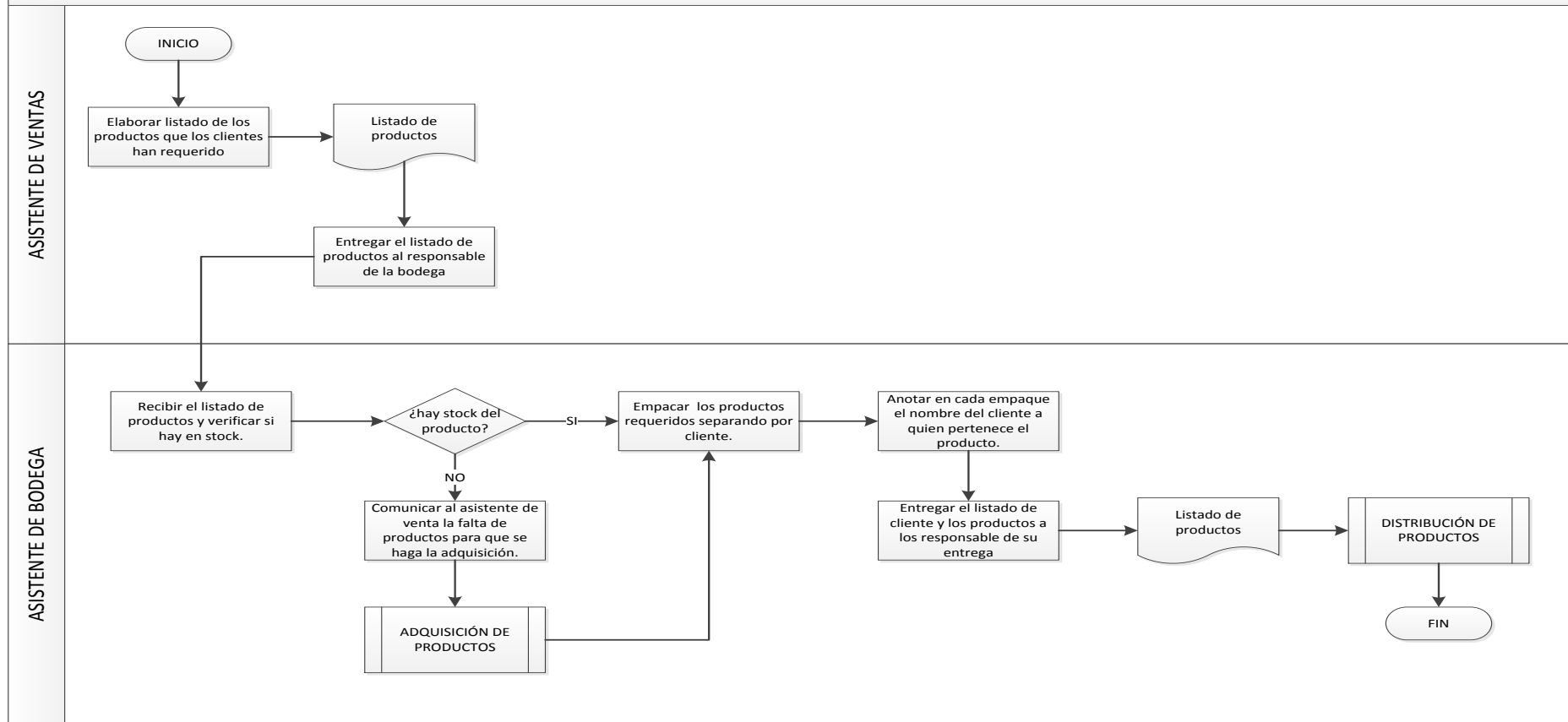
	MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE PROSTEV S.A.	FUNCIÓN: CPA-CONTROL
	PROCEDIMIENTO: CONTROL DE INGRESO DE PRODUCTOS	
Inicia:	Receptar la factura de compras y los productos.	Fec. Emisión: Enero de 2017
Termina:	Colocar en forma ordenada los productos en las perchas de la bodega.	Fec. Revisión: enero de 2017

	<p>para comunicar los productos que tienen bajo y ya no constan en el stock, para realizar las gestiones correspondientes y abastecer la mercadería.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los productos deben ser despachados conforme a lo dictaminado en los catálogos, para separar por clientes. 	
5	PROCEDIMIENTO	
5.1	Elaborar listado de los productos que los clientes han requerido y que se deben enviar.	<u>Asistente / Ejecutivo de ventas.</u>
5.2	Entregar el listado de los productos al responsable de la bodega.	
5.3	Recibir el listado de productos y verificar cada uno de los mismos para ver si hay stock.	<u>Asistente de bodega.</u>
	<p>¿Existe stock del producto? SI: Continúa Actividad 5.5 NO: Continúa Actividad 5.4</p>	
5.4	Comunicar al asistente de compras o Gerente General la falta de productos para que se realice la compra de los mismos. Continúa procedimiento	
	CPA_COMPLEXIVO_ADQUISICIÓN_DE_PRODUCTO	
5.5	Empacar los productos requeridos separando respectivamente por los clientes.	
5.6	Anotar en cada empaque el nombre del cliente al que pertenece el/los Producto/s.	
5.7	Entregar el listado de clientes y los productos a los responsable de la entrega.	

Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lissette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 23 de 48

DIAGRAMA DE FLUJO
PROCESO: BODEGA
SUB PROCESO: DESPACHO DE PRODUCTOS

Status: Actualizado
 Fecha Elaboración: Enero/2017



Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lissette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 24 de 48

	MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE PROSTEV S.A.	FUNCIÓN: CPA-CONTROL
	PROCEDIMIENTO: DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS	
Inicia:	Recibir los productos que se deben entregar a los clientes.	Fec. Emisión: Enero de 2017
Termina:	Receptar la firma del cliente en la hoja de entrega-recepción.	Fec. Revisión: enero de 2017

No.	ACTIVIDAD	UNIDAD DE TRABAJO
1.	<p>OBJETIVO</p> <p>Establecer las normativas, reglamentos y funciones que se deben ejecutar para la compra, venta y distribución de productos en la empresa PROSTEV S.A. a sus clientes.</p>	
2.	<p>ALCANCE</p> <p>Este procedimiento es para los funcionarios de la empresa PROSTEV S.A., quienes tienen la función de distribuir los productos al domicilio de los clientes.</p>	
3.	<p>RESPONSABILIDADES</p> <p>Es obligación del asistente/ejecutivo de ventas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Receptar los productos que ha pactado con sus clientes para hacer la entrega respectiva. • Hacer el cobro respectivo por los productos que el cliente ha adquirido y que son su responsabilidad. • Llevar control de los clientes que tiene a su cargo. • Generar factura o recibo de ventas por los valores a cancelar de los clientes. <p>Es obligación de los asistentes de conducción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ayudar en el embarque de los productos a los vehículos para ser trasladados a los clientes. 	
4.	<p>POLÍTICAS Y NORMAS DE CONTROL INTERNO</p> <ul style="list-style-type: none"> • La empresa PROSTEV S.A. se caracteriza por la atención de su personal para con los clientes, es esencial que las personas brinden un excelente trato para obtener mayor clientela e incrementar el ingreso económico. • Las devoluciones de mercadería solo se realizará hasta antes de los 8 	

Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lissette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 25 de 48

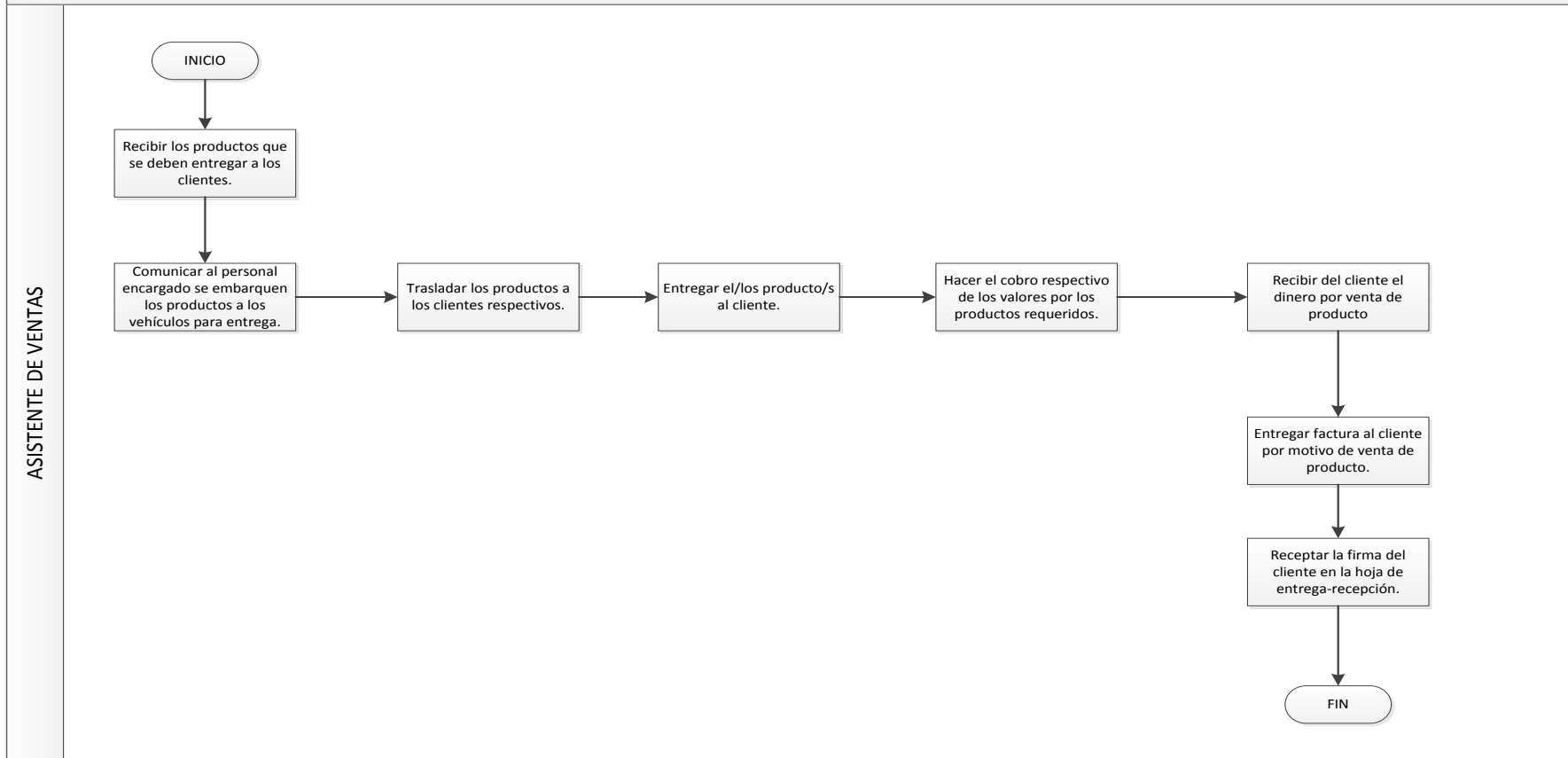
	MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE PROSTEV S.A.	FUNCIÓN: CPA-CONTROL
	PROCEDIMIENTO: CONTROL DE INGRESO DE PRODUCTOS	
Inicia:	Receptar la factura de compras y los productos.	Fec. Emisión: Enero de 2017
Termina:	Colocar en forma ordenada los productos en las perchas de la bodega.	Fec. Revisión: enero de 2017

	<p>días posteriores a la entrega del mismo.</p> <ul style="list-style-type: none"> Los asistentes o ejecutivos de ventas no pueden aceptar pedidos de los clientes el día de entrega, sino con días de anticipación a la visita a su domicilio. 	
5	PROCEDIMIENTO	
5.1	Recibir los productos del asistente de bodega y que deben ser entregados a los clientes.	<u>Asistente / Ejecutivo de ventas /conductores.</u>
5.2	Comunicar al personal encargado de los vehículos que ayuden a embarcar los productos.	
5.3	Trasladar los productos a los domicilios de los clientes, el conductor y el asistente de ventas deben hacer la respectiva entrega.	
5.4	Entregar los productos en el domicilio de los clientes, conforme a lo solicitado.	
5.5	Realizar el cobro respectivo de los valores a cancelar por los productos que han requerido los clientes.	
5.6	Recibir del cliente el dinero por la venta de los productos.	
5.7	Entregar la factura de ventas al cliente, donde se especifica los montos y la cantidad de productos que han sido requeridos.	
5.8	Receptar la firma del cliente en la hoja de entrega – recepción, para dar constancia que el producto quedó en las manos del cliente.	

Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lissette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 26 de 48

DIAGRAMA DE FLUJO
PROCESO: VENTAS
SUB PROCESO: DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS

Status: Actualizado
 Fecha Elaboración: Enero/2017



Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lissette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 27 de 48

	MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE PROSTEV S.A.	FUNCIÓN: CPA-CONTROL
	PROCEDIMIENTO: ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS	
Inicia:	Receptar informes por falta de productos.	Fec. Emisión: Enero de 2017
Termina:	Trasladar los productos al local.	Fec. Revisión: enero de 2017

No.	ACTIVIDAD	UNIDAD DE TRABAJO
1.	OBJETIVO Establecer las normativas, reglamentos y funciones que se deben ejecutar para la compra, venta y distribución de productos en la empresa PROSTEV S.A. a sus clientes.	
2.	ALCANCE Este procedimiento es para los funcionarios de la empresa PROSTEV S.A., quienes tienen la obligación de realizar las compras de productos para abastecer el inventario de la empresa.	
3.	RESPONSABILIDADES Es obligación del responsable de compras: <ul style="list-style-type: none"> • Realizar las compras de productos que necesita la empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes.. 	
4.	POLÍTICAS Y NORMAS DE CONTROL INTERNO <ul style="list-style-type: none"> • La empresa PROSTEV S.A. se caracteriza por la atención de su personal para con los clientes, es esencial que las personas brinden un excelente trato para obtener mayor clientela e incrementar el ingreso económico. • El inventario de la empresa debe ser controlado de tal forma que los productos estén contabilizados físicamente y registrados en el sistema, para hacer la adquisición si ya no se tiene en stock, y para poder ofrecer a los clientes. 	

Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lissette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 28 de 48

	MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE PROSTEV S.A.	FUNCIÓN: CPA-CONTROL
	PROCEDIMIENTO: CONTROL DE INGRESO DE PRODUCTOS	
Inicia:	Receptar la factura de compras y los productos.	Fec. Emisión: Enero de 2017
Termina:	Colocar en forma ordenada los productos en las perchas de la bodega.	Fec. Revisión: enero de 2017

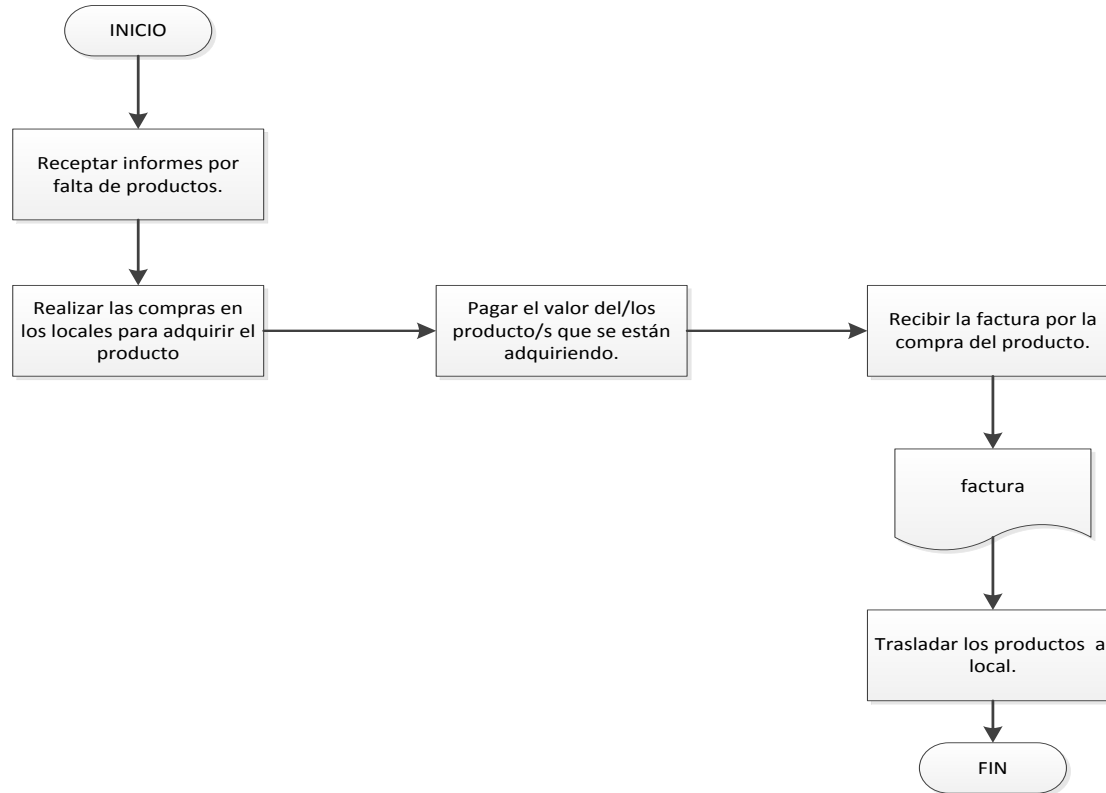
5	PROCEDIMIENTO	<u>Gerente General</u> <u>Asistente/Jefe de Compras.</u>
5.1	Receptar los informes por motivo de compras de productos faltantes y que son necesarios para satisfacer las necesidades de los clientes.	
5.2	Realizar las compras en los locales comerciales confiables para adquirir los productos que se necesitan.	
5.3	Pagar el valor de/los Producto/s que se están adquiriendo al respectivo vendedor del local comercial donde se realiza la compra.	
5.4	Recibir la factura por la compra de productos.	
5.5	Trasladar los productos adquiridos a la Empresa PROSTEV S.A. para abastecer la bodega.	

Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lissette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 29 de 48

DIAGRAMA DE FLUJO
PROCESO: ABASTECIMIENTO
SUB PROCESO: ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS

Status: actualizado
 Fecha Elaboración: Enero/2017

GERENTE GENERAL/ADMINISTRATIVO/JEFE DE COMPRAS



Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lissette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 30 de 48

	MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE PROSTEV S.A.	FUNCIÓN: CPA-CONTROL
	PROCEDIMIENTO: CONTROL DE INGRESO DE PRODUCTOS	
Inicia:	Receptar la factura de compras y los productos.	Fec. Emisión: Enero de 2017
Termina:	Colocar en forma ordenada los productos en las perchas de la bodega.	Fec. Revisión: enero de 2017

No.	ACTIVIDAD	UNIDAD DE TRABAJO
1.	<p>OBJETIVO</p> <p>Establecer las normativas, reglamentos y funciones que se deben ejecutar para la compra, venta y distribución de productos en la empresa PROSTEV S.A. a sus clientes.</p>	
2.	<p>ALCANCE</p> <p>Este procedimiento es para los funcionarios de la empresa PROSTEV S.A., quienes tienen la responsabilidad del control de los productos, su salida, ingreso y stock.</p>	
3.	<p>RESPONSABILIDADES</p> <p>Es obligación del asistente de bodega:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recibir los productos que han sido comprados para abastecer el inventario de la Empresa. • Constatar físicamente los productos que ingresan y egresan de la bodega, conociendo su buen estado y la cantidad. • Ingresar los productos de compra y/o venta, en el sistema SG-NET, para la contabilización de su stock. • Llevar el control del inventario de la empresa que se encuentra en la bodega. <p>Es obligación del Gerente General o encargado de compras:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Realizar las compras correspondientes para abastecer el inventario de la empresa PROSTEV S.A. 	
4.	<p>POLÍTICAS Y NORMAS DE CONTROL INTERNO</p>	

Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lissette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 31 de 48

	MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE PROSTEV S.A.	FUNCIÓN: CPA-CONTROL
	PROCEDIMIENTO: CONTROL DE INGRESO DE PRODUCTOS	
Inicia:	Receptar la factura de compras y los productos.	Fec. Emisión: Enero de 2017
Termina:	Colocar en forma ordenada los productos en las perchas de la bodega.	Fec. Revisión: enero de 2017

	<ul style="list-style-type: none"> • La empresa PROSTEV S.A. se caracteriza por la atención de su personal para con los clientes, es esencial que las personas brinden un excelente trato para obtener mayor clientela e incrementar el ingreso económico. • El inventario de la empresa debe ser controlado de tal forma que los productos estén contabilizados físicamente y registrados en el sistema, para hacer la adquisición si ya no se tiene en stock, y para poder ofrecer a los clientes. • Cuando hayan devoluciones de productos de parte de los clientes, los mismos deben ser reingresados en el sistema SG_NET para su contabilización, y que sea dado de baja. • Cuando haya un stock bajo, el asistente de bodega tiene la obligación de comunicar, para evitar perder clientes al momento de la adquisición de productos. • Los productos que son comprados para abastecer el inventario, deben ser verificados, su estado, cantidad y demás, para poder ser ingresados en el sistema y a la bodega. • Ningún producto debe entrar a la bodega sino cuenta con la factura o alguna orden. 	
	PROCEDIMIENTO	

Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lissette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 32 de 48

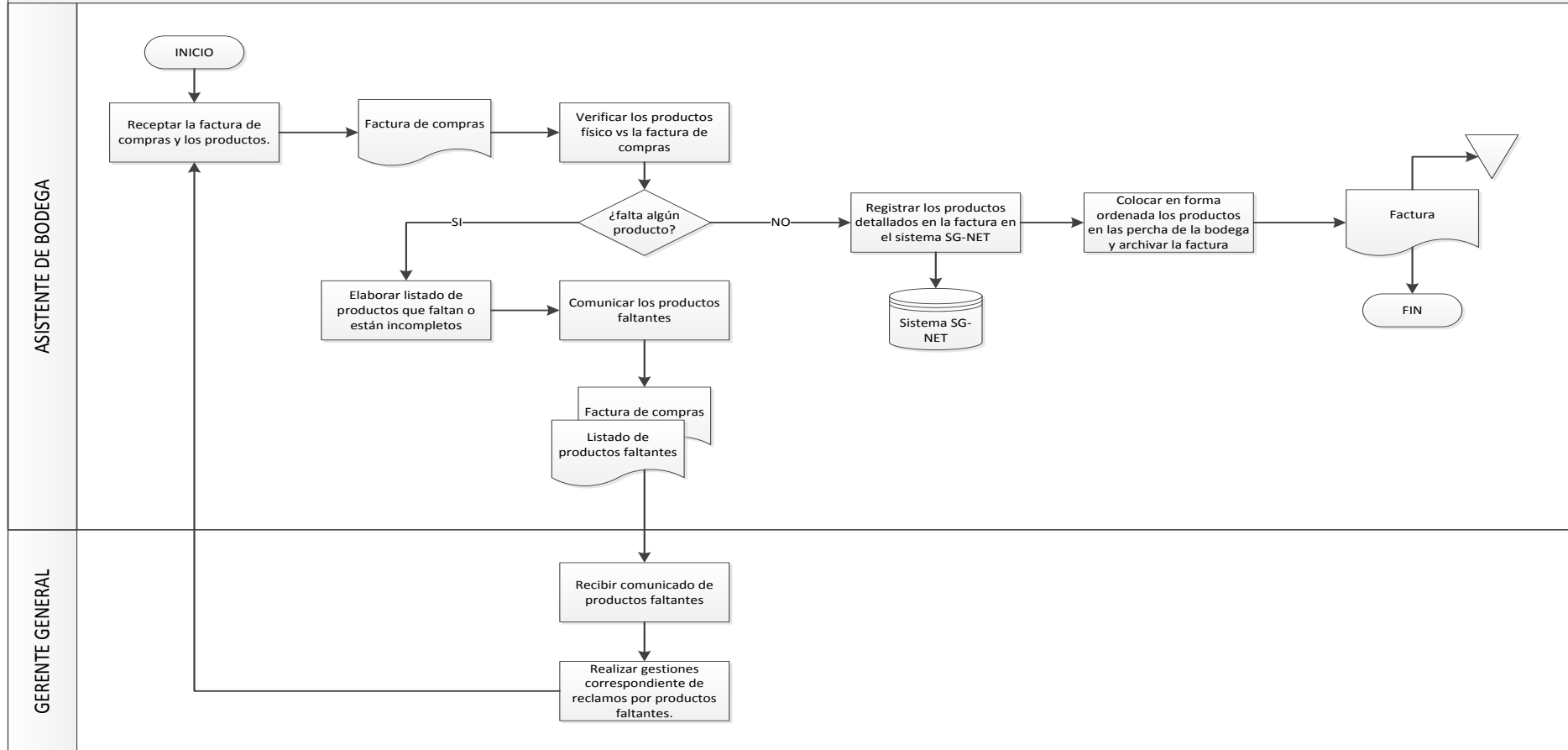
	MANUAL DE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DE PROSTEV S.A.	FUNCIÓN: CPA-CONTROL
	PROCEDIMIENTO: CONTROL DE INGRESO DE PRODUCTOS	
Inicia:	Receptar la factura de compras y los productos.	Fec. Emisión: Enero de 2017
Termina:	Colocar en forma ordenada los productos en las perchas de la bodega.	Fec. Revisión: enero de 2017

<p>5 Recibir los productos que han sido comprados, con la factura correspondiente.</p> <p>5.1 Verificar físicamente los productos, constatando la cantidad recibida con el detalle de la factura, además de su estado.</p> <p>5.2 ¿Falta algún producto que este detallado en la factura y no este físicamente? SI: Continúa Actividad 5.3 NO: Continúa Actividad 5.7</p> <p>Elaborar listado de productos faltantes, o que están incompletos físicamente.</p> <p>5.3 Comunicar los productos faltantes, entregando la hoja de detalle además de la factura.</p> <p>5.4 Recibir la factura y el listado de productos que faltaron de llegar en la compra que se realizó.</p> <p>5.5 Realizar las gestiones correspondientes por reclamos de los productos comprados y que han faltado. Continúa Actividad 5.1</p> <p>5.6 Registrar/ingresar en el sistema SG-NET los productos detallados en la factura.</p> <p>5.7 Colocar en forma ordenada los productos en la bodega, y archivar la factura de compras.</p> <p>5.8</p>	<p><u>Asistente / Ejecutivo de ventas /conductores.</u></p>
---	--

Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lissette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 33 de 48

**DIAGRAMA DE FLUJO
PROCESO: BODEGA
SUB PROCESO: CONTROL DE INGRESO DE PRODUCTO**

Status: actualizado
Fecha Elaboración: Enero/2017



Elaborado por:	Fecha:
Joselyn Lissette Soledispa Veliz	Enero 2017
	Página 34 de 48

3.3 CONCLUSIONES

El proyecto de investigación ha sido realizado con el propósito de mejorar los procesos en las áreas de ventas, compras e inventario, agilizando los tiempos de ejecución de actividades, optimizando las funciones de distribución de productos, por lo tanto se puede determinar que el proyecto es factible, por las siguientes conclusiones:

- Los procesos son ejecutados de forma manual y por iniciativa del personal, por la inexistencia de un Manual de Políticas y Procedimientos, por lo tanto, las personas para aprender las actividades y funciones que le corresponden, lo hacen por medio de la observación o preguntando a las personas con mayor experiencia.
- No se tiene un control total de los productos con stock bajo, ocasionando que al momento de la venta, no exista disponibilidad de los mismos, generando inconformidad con los clientes, por esta razón debe implementar una normativa que ayude en la administración del inventario.
- Finalizado el análisis de la información obtenida, se comprobó la necesidad de conocer el correcto funcionamiento y las actividades en cada proceso, para tomar medidas correctivas y preventivas en el proceso donde se generan mayores inconvenientes para tratar de solucionarlos.
- El Manual de Políticas y Procedimientos permitirá conocer las funciones específicas de cada empleado de la empresa, las competencias que deben tener y las obligaciones de los mismos.

3.4 Recomendaciones.

Con el diseño de los Manuales de Políticas y Procedimientos, y la finalización del proyecto de investigación, se puede dar las siguientes recomendaciones para la correcta aplicación de la propuesta:

- Es recomendable que los propietarios o personas a cargo de esta empresa, tengan un enfoque directo a la realidad de implementar los Manuales de Políticas y Procedimientos, para este caso de manera inmediata, permitiendo que el personal conozca sus funciones y responsabilidades.
- Es importante que para que la implementación de esta mejora se capacite a todo el personal en especial a los de bodega y recaudadores por motivo que ellos intervienen directamente en la distribución de los productos y manejo del sistema SG-NET.
- Determinar y establecer normas para el mejoramiento de las funciones y actividades para el control del inventario, porque es esencial tener abastecida la bodega para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Determinar medidas preventivas y correctivas en cuanto al egreso e ingreso de los productos a la bodega, capacitando al personal en la utilización del sistema SG-NET para el registro y baja de los mismos.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFÍA

- BACARDI, F. (2016). CANALES DE DISTRIBUCION. *ESTRATEGIA DE DISTRIBUCION*.
- BALLOU, R. (2009). *LOGISTICA ADMINISTRACION DE LA CADENA DE SUMINISTROS*. MEXICO: PEARSON EDUCACION .
- BONACHE, J., & CABRERA, A. (2007). *Dirección de personas*. MADRID, ESPAÑA.
- CABRERA, X. (2005). GESTION DE CALIDAD. En X. CABRERA, *ENFOQUE A LOS CLIENTES*. LA PAZ, BOLIVIA.
- CAMISON, C. (2006). *GESTION DE CALIDAD*. PEARSON EDUCATION.
- CHAVEDO, P. (2009). *EMPRENEDORES*. Obtenido de EMPRENEDORES:
<http://www.emprendedores.es/gestion/elige-el-mejor-canal-de-distribucion/formas-de-distribuir-tu-producto>
- CHONICLE, H. (2016). 4 TIPOS DE INTERMEDIARIOS DE COMERCIALIZACION. *LA VOZ*.
- COULTER, R. (2009). *ADMINISTRACION*. MEXICO: 10.
- ESPINOZA, O. (2011). *LA ADMINISTRACION EFICIENTE EN LOS INVENTARIOS*. MADRID: LA ENSENADA 1ERA EDICION .
- GESTIOPOLIS. (2016). Obtenido de GESTIOPOLIS:
<http://www.gestiopolis.com/que-son-los-costos-de-distribucion-y-como-se-analizan/>
- GRUPO OCEANO. (2005). *PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA*.
- Holguín, R. (2013). *Organización, gestión y comercialización* . GUAYAS.

MARTINEZ, J. (NOVIEMBRE de 2006). *LIDERAZGO Y MERCADEO*. Obtenido de LIDERAZGO Y MERCADEO: www.liderazgoymercadeo.com

MCGRAW, H., & IRWIN. (2007). *ANALISIS DE PRODUCCION Y OPERACIONES*. .

MUÑOZ, J. (2010). *MERCADOTECNIA*.

NEGOCIO, C. (12 de FEBRERO de 2016). *CRECE NEGOCIO*. Obtenido de CRECE NEGOCIO: <http://www.crecenegocios.com/la-distribucion-del-producto/>

NEGOCIOS, C. (2016). *CRECE NEGOCIOS*. Obtenido de CRECE NEGOCIOS: WWW.CRECENEGOCIOS.COM/ LA POLITICA

RODRIGUEZ, G. (2010). *METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION CUALITATIVA*. MEXICO: ALIJIBA.

Urkund Analysis Result

Analysed Document: TESINA JOSELYN SOLEDISPA PROSTEV.docx (D24681312)
Submitted: 2017-01-03 16:32:00
Submitted By: joselyns.v@outlook.com
Significance: 7 %

Sources included in the report:

COMERCIAL MELINA-YIMABEL LÓPEZ.docx (D24287390)
canales-de-distribucion.doc (D14808866)
YIMABEL LÓPEZ BARONA-CASO PRACTICO 2016.docx (D24220660)
YIMABEL LÓPEZ BARONA-CASO PRACTICO 2016.docx (D24148943)
andrea gomez (1).docx (D12369791)
TESINA LISTA LUIS CHAVEZ AGUIAR.docx (D24149732)
TESIS JUANITA 2.docx (D11365825)
TESIS JUANITA 2.docx (D11396087)
proyecto de tutoria.docx (D9774878)

Instances where selected sources appear:

24

