

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Este estudio se centra en la falta de eficiencia de logística inbound en las empresas dedicadas a la publicidad exterior, una situación que afecta negativamente al desarrollo, crecimiento y política económica de una empresa. Se busca asegurar un uso óptimo de los recursos financieros de la industria para la optimización de actividades de producción. Los resultados de la encuesta mostraron que el 91,7% de las empresas se quejaron de la falta o retraso de los suministros de materiales e insumos para producción. El 87% sufrieron una pérdida de ventas, lo que indica la necesidad de una gestión logística eficiente. El estudio se basa en una investigación con un enfoque cualitativo y cuantitativo insitu donde se demuestra el nivel de asociación existente entre variables investigadas quedando de manifiesto la incidencia de la logística en las empresas de Publicidad Exterior en el Distrito Metropolitano de Quito. Se propone lograr una mejora continua a través del modelo de gerenciamiento ABC para la planificación, compras y almacenamiento de materiales; capaz de garantizar resultados eficientes que manejarán el registro entrante correctamente. Así también se plantean recomendaciones específicas para satisfacer las necesidades de las empresas de publicidad exterior, con el objetivo de obtener un control económico, financiero y operativo.

### **Descriptores:**

- **LOGÍSTICA INBOUND**
- **EMPRESAS DE PUBLICIDAD EXTERIOR**
- **UTILIDADES**
- **RENTABILIDAD**
- **CAPACITACIÓN**
- **CONTROL.**

## **ABSTRACT**

This study focuses on the lack of efficiency of inbound logistics in companies dedicated to outdoor advertising, a situation that negatively affects the development, growth and economic policy of a company. It seeks to ensure optimal use of the financial resources of the industry for the optimization of production activities. The results of the survey showed that 91.7% of companies complained about the lack or delay of supplies of materials and supplies for production. 87% suffered a loss of sales, indicating the need for efficient logistics management. The study is based on a research with a qualitative and quantitative insitu approach where the level of association between investigated variables is demonstrated, revealing the incidence of logistics in the companies of outdoor advertising in the Metropolitan District of Quito. It is proposed to achieve continuous improvement through the ABC management model for planning, purchasing and storing materials; able to guarantee efficient results that will handle the incoming register correctly. Thus, specific recommendations are also made to meet the needs of outdoor advertising companies, with the aim of obtaining economic, financial and operational control.

### **Keywords:**

- **INBOUND LOGISTICS**
- **OUTDOOR ADVERTISING COMPANIES**
- **UTILITIES**
- **PROFITABILITY**
- **TRAINING**
- **CONTROL.**