



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE TECNÓLOGO SUPERIOR EN LOGÍSTICA Y TRANSPORTE**

**ANÁLISIS DE LOS PROCESOS DE DISTRIBUCIÓN Y SU EFECTO EN LA  
COMERCIALIZACIÓN DE LA EMPRESA “SIFATEX” UBICADA EN LA  
PARROQUIA DE ALANGASÍ EN LA CIUDAD DE QUITO.**

**AUTOR:**

**GUAYASAMIN LLUMIQUINGA, JOSEPH ADRIAN**

**DIRECTORA DE TESIS:**

**ING. TORRES ESPÍN, EMMA MARIELY, MGS**



**LATACUNGA, 2023**



# PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

## *Ecuador*

Obtener estándares nacionales se convierte en una propuesta algo más difícil para las organizaciones que intentan encontrar mejoras en sus procesos de producción y mercadeo internos y externos para lograr mayores ganancias.

## Problemática

### *Quito*

Al conocer empresas similares, vemos que no cuentan con la distribución correcta y no realizan envíos a nivel regional con lo que se crea una problemática a resolver

### *Alangasí*

La distribución y comercialización en la empresa genera preocupaciones tanto para consumidores y proveedores y permite a la competencia a posicionarse mejor en el mercado.

El análisis se centra en optimizar y mejorar los procesos de distribución y comercialización con el fin de servir de mejor manera a los consumidores y aumentar la competitividad.

Por medio de estrategias propuestas se podrá notar una mejora en los procesos en donde habrá oportunidades de crecimiento tanto en conocimiento como en producción.

Identificando las problemáticas se podrá proponer a la empresa las soluciones más óptimas, tales como garantizar las entregas y la gestión de recursos.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

### Objetivo General

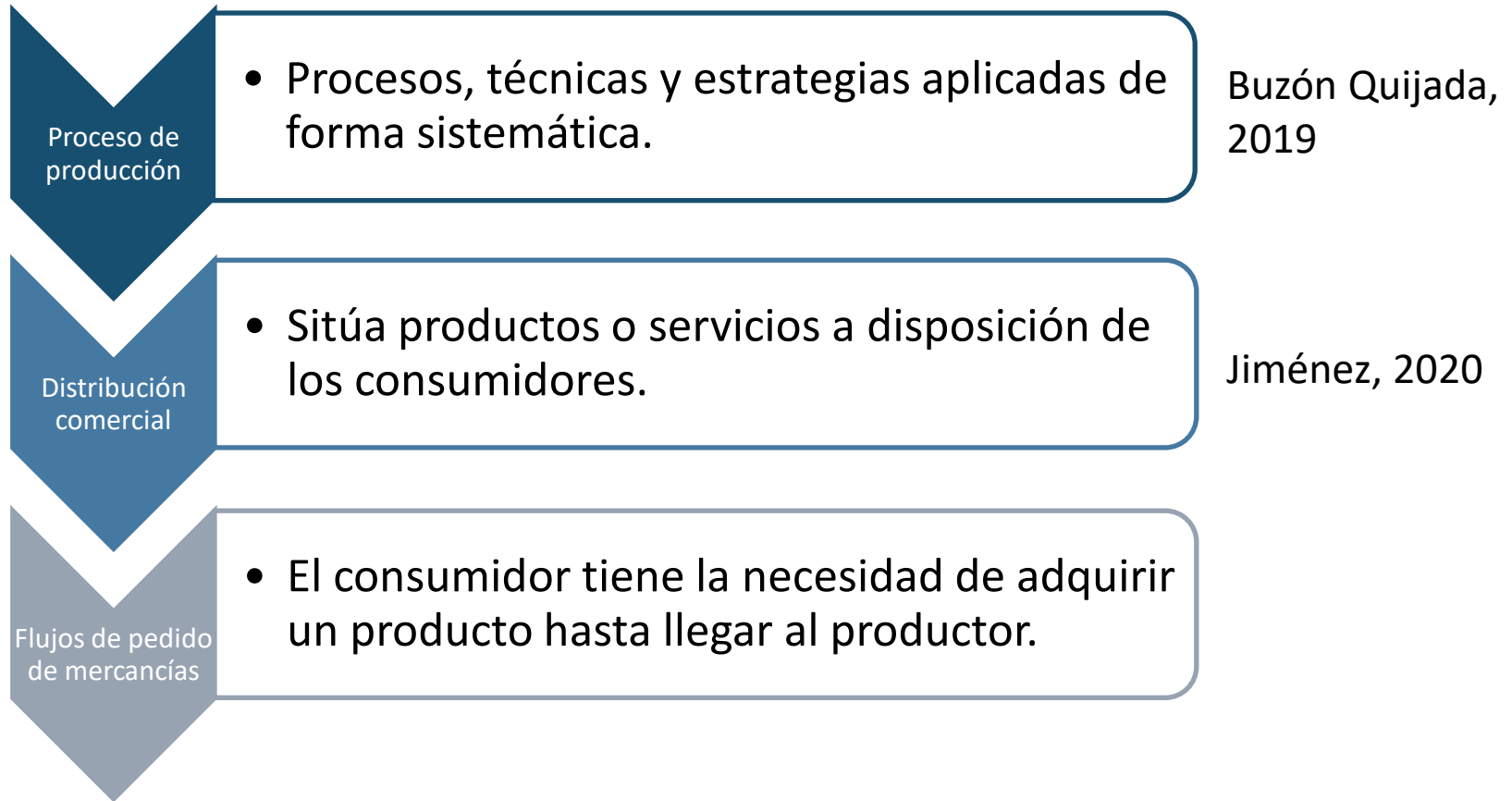
Analizar los procesos de distribución y su efecto en la comercialización de la empresa "SIFATEX" ubicada en la parroquia de Alangasí en la ciudad de Quito.

● Establecer información sobre los procesos de distribución y comercialización de productos por medio de libros digitales y otras fuentes bibliográficas para mejorar el nivel de conocimiento de la empresa.

● Evaluar los procesos existentes para la mejora del nivel de distribución y comercialización en la empresa "SIFATEX", mediante las distintas modalidades de investigación al obtener información precisa sobre el desarrollo de la empresa .

● Planear un sistema de distribución y comercialización para la mejora de los servicios de la empresa por medio de las distintas modalidades de investigación.





## VARIABLE INDEPENDIENTE

# VARIABLE DEPENDIENTE

Comercialización

- Proceso encaminado a analizar las necesidades de los sujetos y generar estrategias.

Quiñónez,  
Castillo, Bruno,  
Ibarra, 2020

Rutas

- Diseñan para reducir gastos, tiempos y distancias de transporte.

Planificación de rutas

- Efectiva en costos y servicios, logrando objetivos de ventas dentro del presupuesto.

Mora García,  
2023



# TIPOS DE INVESTIGACIÓN



## DIAGRAMA DE CAUSA Y EFECTO



# TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS "ESPE-L"

TECNOLOGÍA SUPERIOR EN LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

"Análisis de los procesos de distribución y su efecto en la comercialización de la empresa "SIFATEX", ubicada en la parroquia de Alangasí en la ciudad de Quito"

Fecha: 7 de julio de 2023

**Objetivo:** Recolectar información mediante una ficha de observación para poder adquirir los datos necesarios sobre la empresa y establecer las propuestas correctas hacia las falencias encontradas.

Ficha de Observación

1. Actividades realizadas	Si	No	Observación
¿Siguen los procedimientos?	X		
¿Se realizan revisiones vigentes de los procedimientos?	X		
¿Cuenta con los registros necesarios para un correcto manejo de distribución y comercialización?		X	
2. Incidencias	Si	No	Observación
¿Producto final conforme?	X		
¿Existe alguna incidencia relacionada?		X	

Se logró determinar los siguientes hechos:

- No existe una estructura estándar para el sistema de distribución y comercialización que optimice los procesos de la empresa.
- No existe un proceso de compra y abastecimiento que proporcione un mejor servicio hacia los clientes al momento de realizar sus pedidos de mercancía a la empresa.
- No cuenta con un modelo de ruta de distribución, únicamente se maneja por una ruta establecida empíricamente con la que se ha mantenido hasta el día de hoy, con lo que, si se genera algún obstáculo con la misma, la puntualidad de entrega se vería afectada.

## FICHA DE OBSERVACIÓN



# TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE SEDE LATACUNGA  
TECNOLOGÍA SUPERIOR EN LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

## ENTREVISTA

### DATOS INFORMATIVOS:

Lugar: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Entrevistador: \_\_\_\_\_

Entrevistado: \_\_\_\_\_

### OBJETIVO:

\_\_\_\_\_

### Preguntas:

1. ¿Cuáles son las problemáticas con las que se enfrenta en la empresa?

\_\_\_\_\_

2. ¿Cuáles son los beneficios que quisiera obtener con la implementación de un nuevo sistema de distribución y comercialización?

\_\_\_\_\_

3. ¿Cómo describiría el nivel de su proceso de operación de compras y abastecimiento en su empresa?

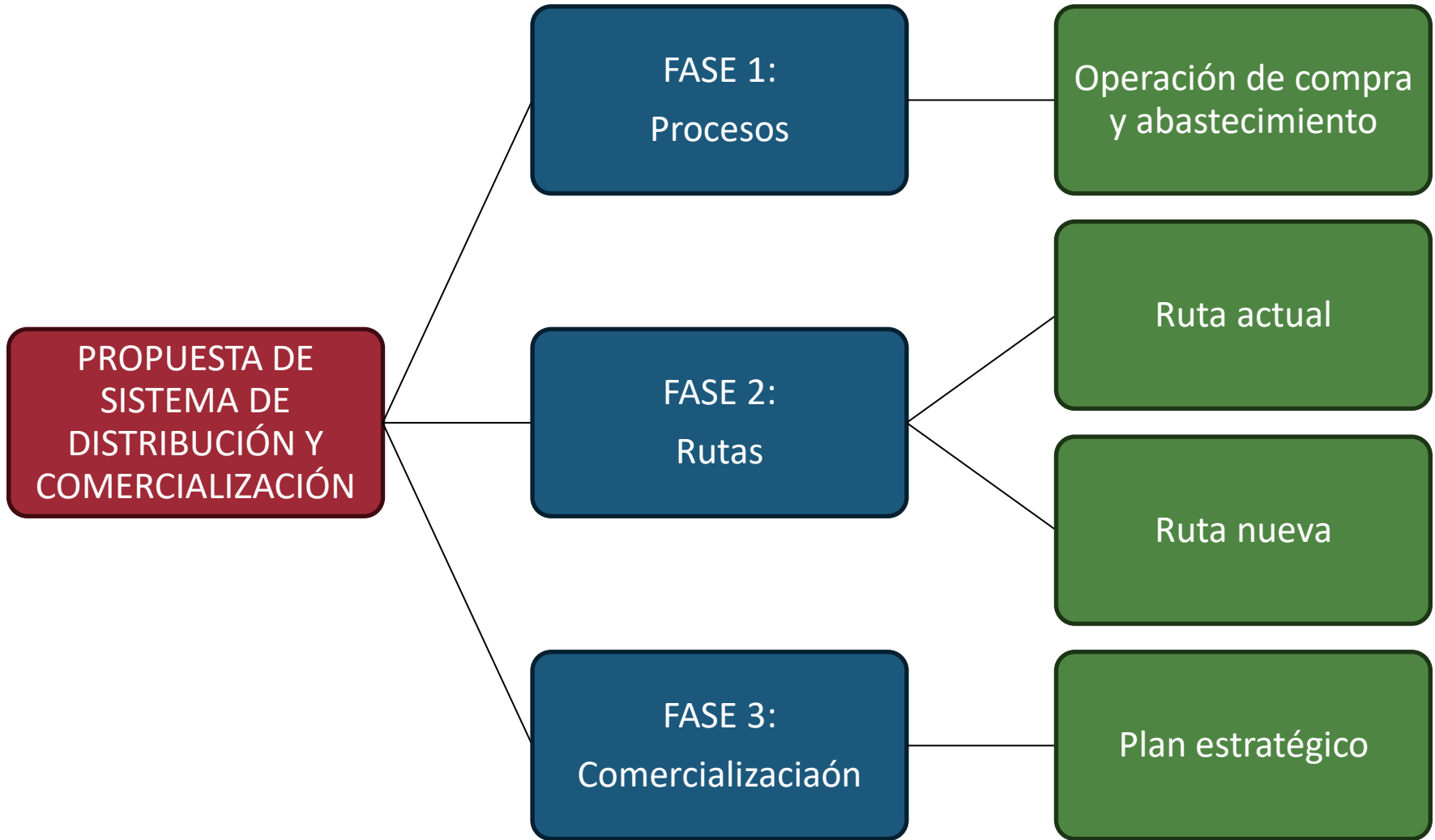
\_\_\_\_\_

Con lo que se pudo analizar lo siguiente:

Cuentan con un desorden por no tener una correcta operación de compra y abastecimiento, teniendo en cuenta esta falencia, impide el desarrollo óptimo de los documentos por los cuales se debería de manejar la empresa, causando así inconformidad dentro de la organización y en los clientes.

Gestionar la demora en las entregas de la mercancía, ya que todo comienza desde la parte de la distribución y su comercialización y como consecuente genera un efecto en cadena que hace que la empresa no llegue a ser eficiente en sus procesos y que la empresa llega a tener pérdidas considerables al no ser confiables con su entrega de mercancía.

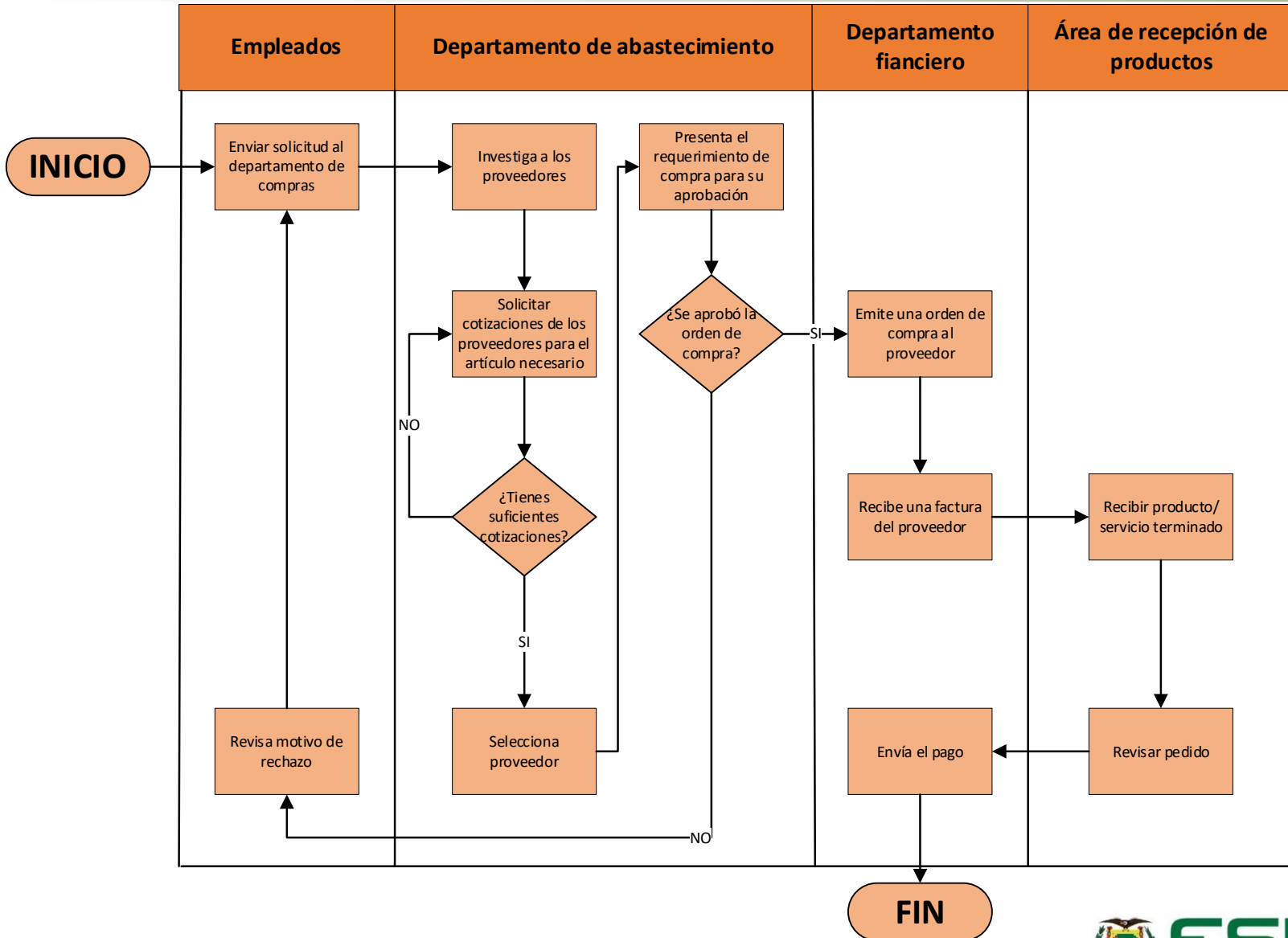




# FASE 1: PROCESOS

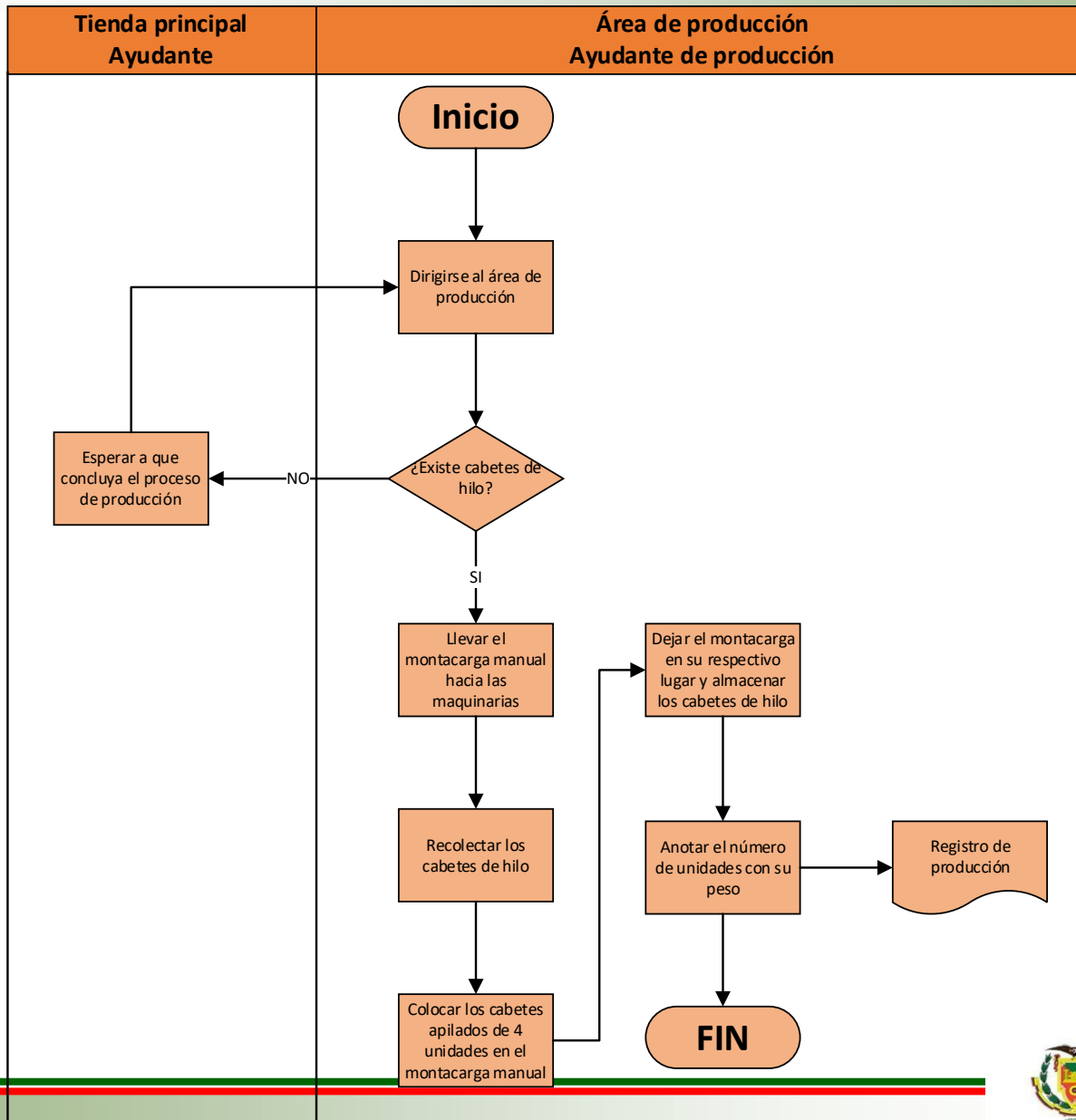


# FASE 1: PROCESOS





# FASE 1: PROCESOS



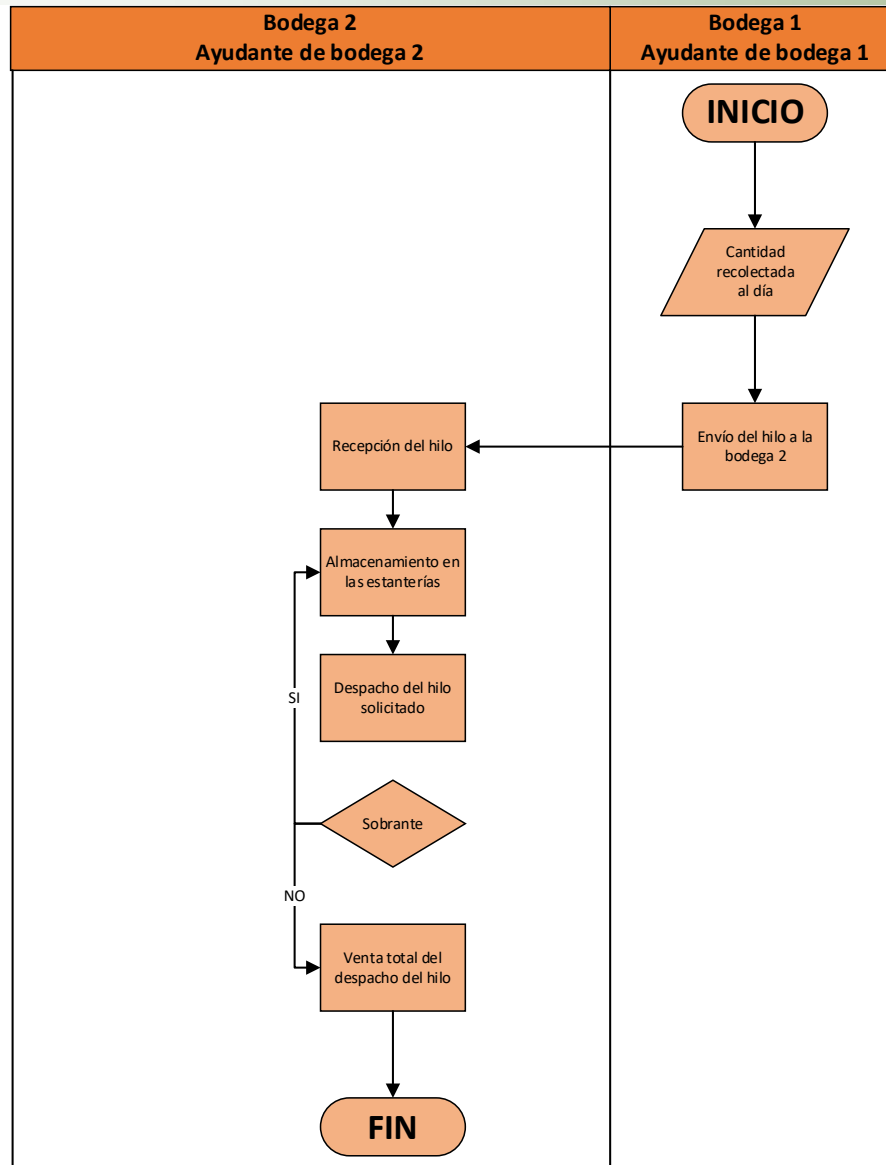
FLUJOGRAMA DE RECOLECCIÓN Y CLASIFICACIÓN DEL HILO







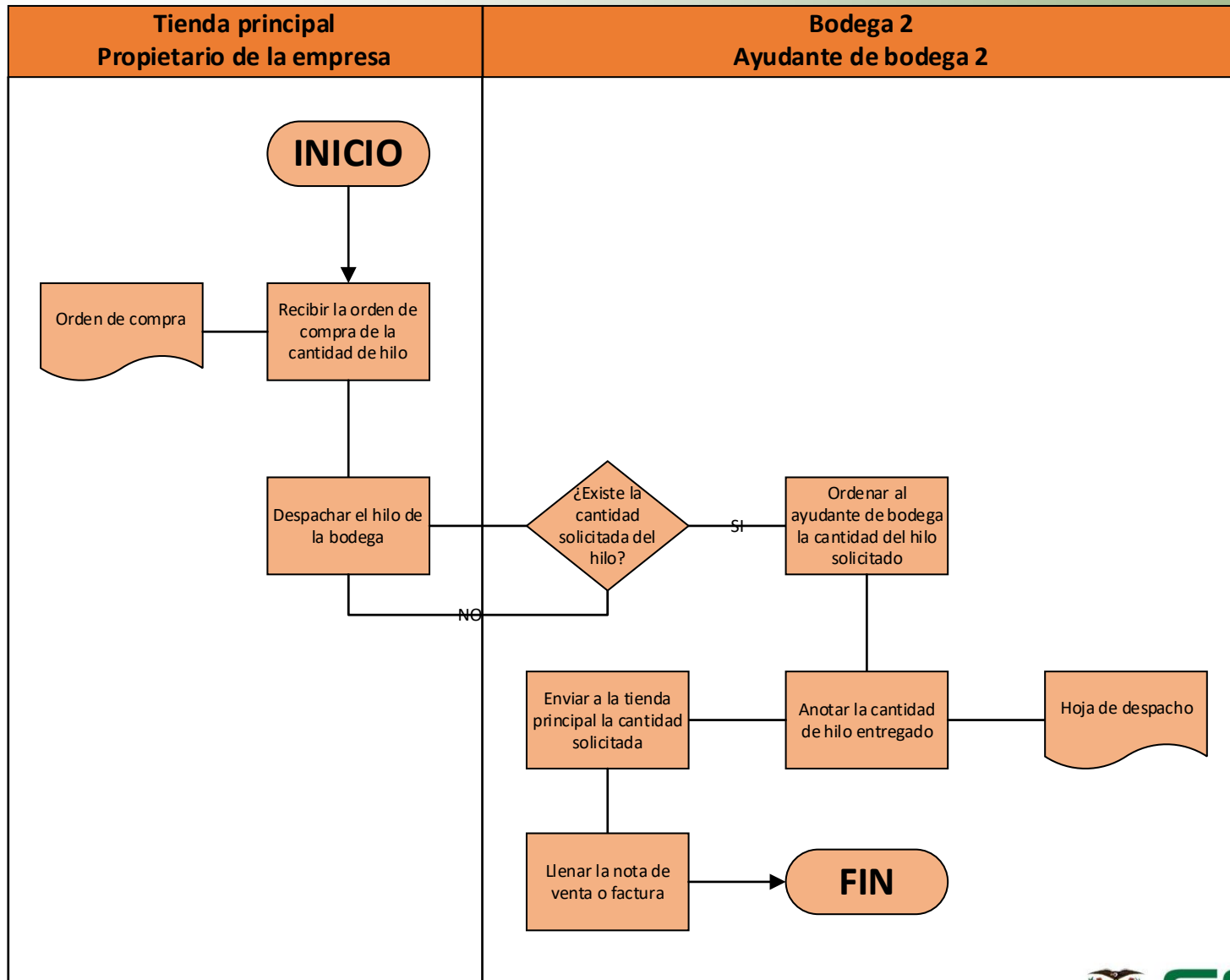
# FASE 1: PROCESOS



# FASE 1: PROCESOS

SIFATEX		Almacenamiento del hilo		
Mes:		Año:	Encargado:	
Día	Fecha	Recolección de cabetes de hilo	Salida de cabetes de hilo	Observaciones
Elaborado por:		Revisado por:		

# FASE 1: PROCESOS



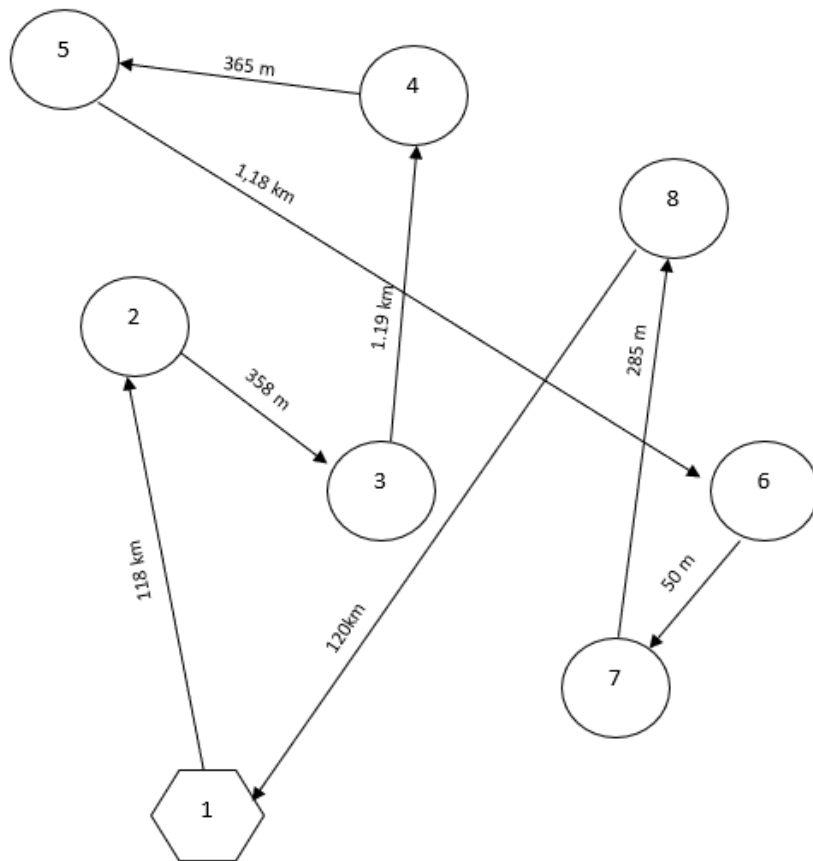
# FASE 1: PROCESOS

<b>SIFATEX</b>		Hoja de control de despacho	
Mes: _____ Año: _____		Encargado: _____	
Día	Recolección de cabetes de hilo	Salida de cabetes de hilo	Observaciones
Elaborado por: _____		Revisado por: _____	

# FASE 1: PROCESOS

<b>SIFATEX</b>		<b>ORDEN DE COMPRA</b>	
SIFATEX Av. Ilaló, s/n, Angamarca Quito 170804 987453983		Fecha	27/7/2023
		No.	1
<b>PROVEEDOR</b>		<b>DIRECCIÓN DE ENTREGA</b>	
SIFATEX Av. Ilaló, s/n, Angamarca Quito 170804		(Nombre de la empresa) (Dirección) (Ciudad) (Código postal)	
Descripción	Cantidad	Pago unitario	TOTALES
hilo	500 kilos		
<b>Instrucciones</b>			
		Sub-total	\$ -
		Delivery	\$ -
		Iva	\$ -
		TOTAL	\$ -
Autorizado por:	Franklin Barriga		

# FASE 2: RUTAS



Puntos estratégicos	Ruta actual	m/km	Tiempo
1	Empresa – Taller artesanal Peguche wazi	118 km	2h 30min
2	Taller artesanal Peguche wazi – Evolet artesanías	358 m	4min
3	Evolet artesanías – Aly textiles	1,19 km	9min
4	Aly textiles – Elsa bordados y mucho más	365 m	5min
5	Elsa bordados y mucho más – Textiles Peguche	1,18 km	7min
6	Textiles Peguche – Elitex	50 m	35s
7	Elitex – Bordados Yatzil	285 m	2min
8	Bordados Yatzil - Empresa	120 km	2h 45min
<b>Total</b>		<b>241,95 km</b>	<b>5h 42min</b>

## FASE 2: RUTAS

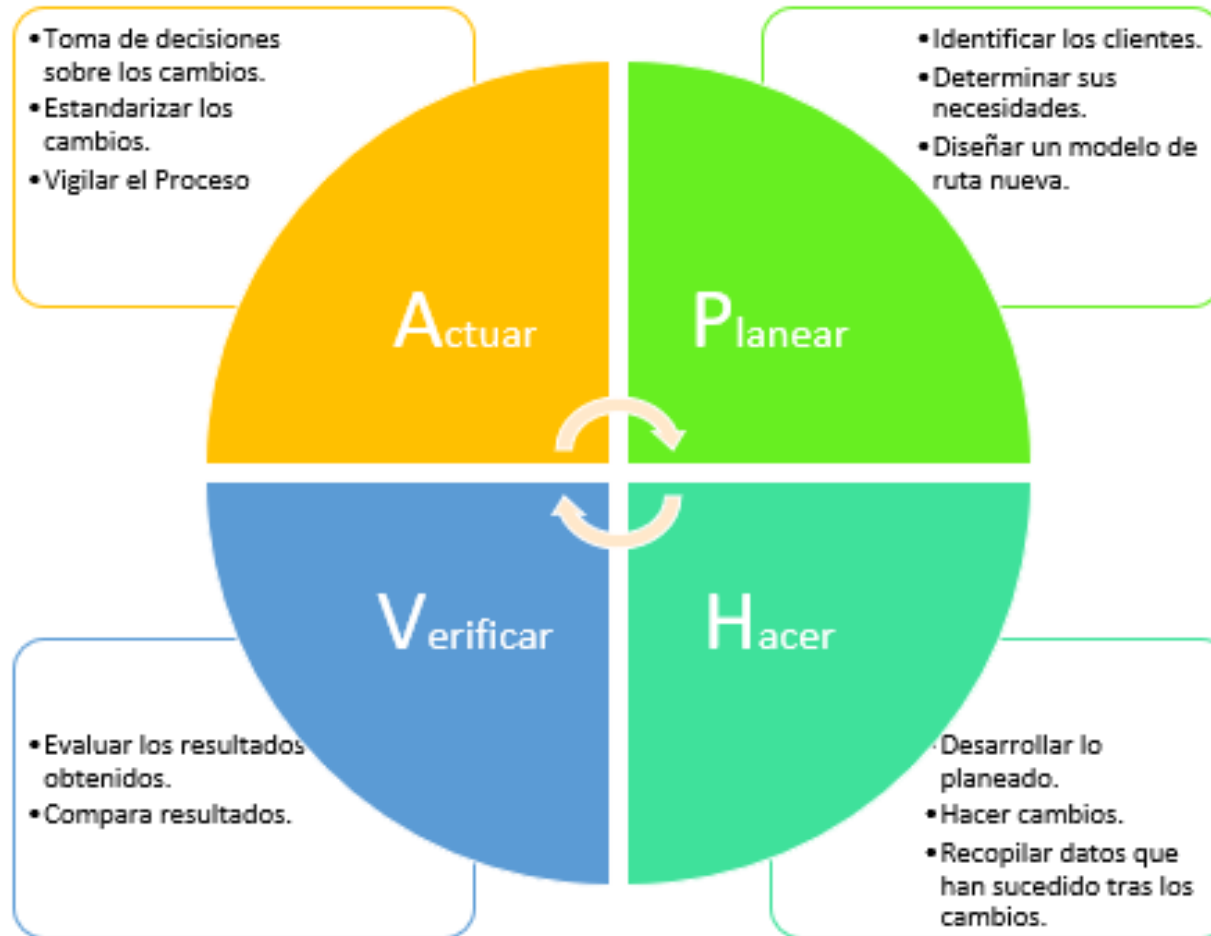
### Gastos semanales actuales

Gastos semanales	Detalles
Pago al personal	\$180
Gasto de combustible	\$60
Gasto extra	\$185
Total	\$425

### Utilidad semanal actual

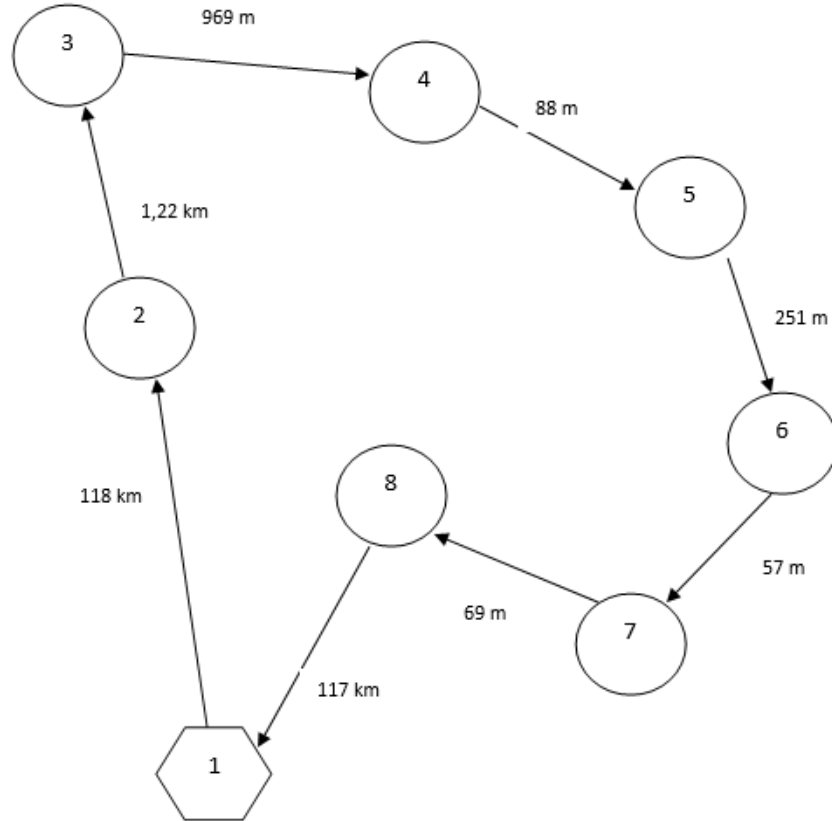
Ventas	\$4230
Inversión	\$3330
Gasto	\$425
Total	\$7985

# FASE 2: RUTAS





# FASE 2: RUTAS



Puntos estratégicos	Ruta nueva	m/km	Tiempo
1	Empresa - Taller artesanal Peguche <u>wazi</u>	118 km	2h 30min
2	Taller artesanal Peguche <u>wazi</u> – Elsa bordados y mucho más	1,22 km	10min
3	Elsa bordados y mucho más – <u>Aly</u> textiles Peguche	969 m	5min
4	<u>Aly</u> textiles Peguche – Bordados <u>yatzil</u>	88 m	45s
5	Bordados <u>yatzil</u> – Textiles Peguche	251 m	2min
6	Textiles Peguche – <u>Elitex</u>	57 m	35s
7	<u>Elitex</u> – <u>Evolet</u> artesanías	69 m	40s
8	<u>Evolet</u> artesanías - Empresa	117 km	2h 30min
Total		237,456 km	5h 19min

# FASE 2: RUTAS

## Gastos semanales propuestos

Gastos semanales	Detalles
Pago al personal	\$180
Gasto combustible	\$54
Gasto extra	\$185
Total	\$419

## Utilidad semanal propuesta

Ventas	\$5640
Inversión	\$4440
Gastos	\$419
Total	\$10,499

# FASE 2: RUTAS

## CUADRO COMPARATIVO DE UTILIDAD DE LA RUTA ACTUAL Y NUEVA

Utilidad de ventas con rutas actuales		Utilidad de ventas con la ruta propuesta	
Ventas	\$4230	Ventas	\$5640
Inversión	\$3330	Inversión	\$4440
Gastos	\$425	Gastos	\$419
Total	\$7985	Total	\$10,499

$$\left( \left( \frac{\text{Valor actual}}{\text{Valor anterior}} \right) - 1 \right) * 100$$

$$\left( \left( \frac{10499}{7985} \right) - 1 \right) * 100$$

$$(1,31 - 1) * 100$$

31%

# FASE 3: COMERCIALIZACIÓN

El análisis PESTEL evalúa los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales, que afecta su funcionamiento y éxito



## LAS 5 FUERZA DE PORTER



Es un marco utilizado para que se evalué la competencia y la atracción de la empresa, centrándose en cinco factores clave.

Herramienta que permite evaluar los factores internos y externos con lo cual se forman estrategias defensivas, ofensivas, de reorientación y de supervivencia.



# FASE 3: COMERCIALIZACIÓN

## PLAN ESTRATÉGICO

Perspectivas	Objetivos/Para qué estrategia	Estrategias	Indicador de cumplimiento del objetivo	Fórmula/datos numéricos del indicador	Frecuencia	Responsable
Producto	Garantizar la integridad y la presentación óptima de los productos	Inspección constante enfocado en el empaque y embalaje de los productos al realizar su envío.	Porcentajes de productos que cumplen con los estándares de calidad	(Número de productos de calidad / número total de productos producidos) *100	Diariamente	Departamento de ventas
	Impulsar la innovación interna y la mejora continua del producto	Aprovechar de la falta de competencia por temporadas para maximizar las utilidades	Porcentaje de ideas innovadoras generadas internamente	(Número de ideas innovadoras implementadas/número total de ideas generadas) *100	Mensualmente	Departamento de ventas
Precio	Identificar oportunidades de mejora que impulsen un aumento significativo en las ventas	Realizar evaluaciones de las actividades con el fin de generar más ventas tomando en cuenta los estándares del mercado.	Número de oportunidades de mejora	(Número de oportunidades identificada/total días, semanas, meses)	Mensualmente	Departamento de ventas
	Garantizar la gestión efectiva y oportuna de los pagos pendientes	Supervisar la cartera de cobranza con base en las políticas que maneja la empresa.	Porcentaje de procedimientos y protocolos de acuerdo con las pautas establecidas	(Número de procedimientos correctos/número total de oportunidades) *100	Mensualmente	Departamento de marketing y comunicación social

# FASE 3: COMERCIALIZACIÓN

## PLAN ESTRATÉGICO

Perspectivas	Objetivos/Para qué estrategia	Estrategias	Indicador de cumplimiento del objetivo	Fórmula/datos numéricos del indicador	Frecuencia	Responsable
Marketing	Aumentar en un 40% la base de clientes potenciales y asegurar su fidelización	Fomentar campañas de mercadeo con base en los clientes, exponiendo beneficios y promociones de venta.	Número de compañías publicitarias	Número de compañías publicitarias	Mensualmente	Departamento de marketing y comunicación social
		Coordinar actividades de promoción impulsando descuentos en redes sociales.	Incremento en los clientes de la marca	Número de clientes nuevos	Semanalmente	Departamento de producción
Gestión de calidad	Mejorar la calidad de los productos	Realizar un control de calidad del producto para evitar devoluciones a través de inspecciones al área de distribución	Incremento de la calidad de los productos	(Total de productos devueltos por quejas/total de productos entregados) *100	Semanalmente	Departamento de producción



# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- La información adquirida sobre los procesos de distribución por medio de libros digitales, artículos científicos u otros documentos fueron un pilar fundamental al poder tener el enfoque adecuado para que por medio de este trabajo de integración curricular la empresa llegue a tener una base más sólida de sus conocimientos relacionados a la producción y comercialización de su producto.
- Por medio de la investigación metodológica se logró alcanzar el nivel de información requerida para que así la empresa “SIFATEX” pueda realizar sus procesos de distribución de forma eficiente y eficaz, dando así un mejor servicio hacia sus clientes.
- Con el sistema de distribución y comercialización la empresa podrá sobrellevar de una manera óptima la comercialización de su producto al igual que la seguridad de los pedidos de los clientes por medio de una correcta operación de compras y abastecimiento y un modelo de distribución de rutas, se optimizará el tiempo, distancia y gastos de transporte al momento de la entrega del producto con lo que ayudará a la empresa a mejora comercialmente.





# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Obtener más bases teóricas, para poder adquirir una variedad de conocimientos sobre la distribución para poder así mejorar el posicionamiento de la empresa en el mercado y poder sobresalir con su producto.
- Con los métodos de investigación y sus resultados el tener un intermediario que pueda conseguir más compradores hacia la empresa es una opción por la que se debe de optar ya que con los conocimientos y sus distintos métodos de trabajo llevaran a la empresa ser más fuerte frente a otras empresas textiles.
- Mejorar la base del sistema de distribución y comercialización, proceso de compras y abastecimiento y el modelo de distribución de rutas dependiendo de las necesidades que vayan surgiendo con el pasar del tiempo en la empresa para que así su crecimiento no se vea afectado en un futuro.







# GRACIAS