



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS ESPE SEDE LATACUNGA

La cadena de suministros en el área de comercialización y su impacto en la rentabilidad en la empresa “Orangine”.

Carrera de Tecnología Superior en Logística y Transporte

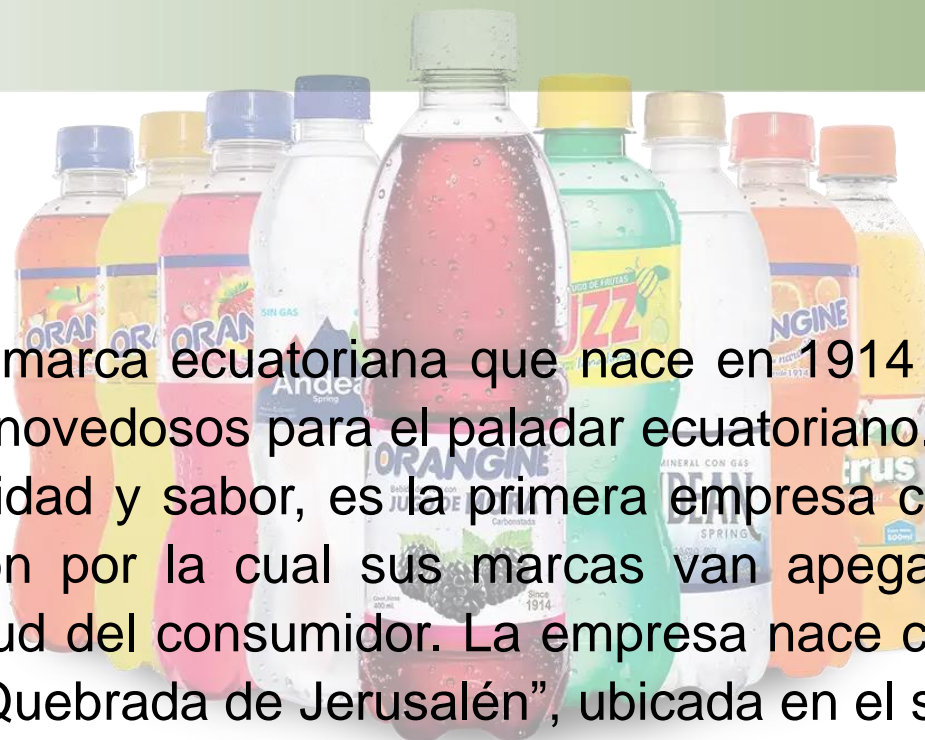
Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado un esfuerzo total es una victoria .por Ghandy

Autor(a):Quinaucho Mosquera, Priscila Valeria

Latacunga, 2023



Antecedentes



Orangine es una marca ecuatoriana que nace en 1914 bajo la concepción de crear sabores novedosos para el paladar ecuatoriano. Tienen una amplia trayectoria en calidad y sabor, es la primera empresa con Semáforo verde en Ecuador, razón por la cual sus marcas van apegadas a la línea del bienestar y la salud del consumidor. La empresa nace como la “Cervecería La Victoria en la Quebrada de Jerusalén”, ubicada en el sector del Panecillo, esta empresa fue creada por dos adolescentes curiosos y emprendedores, lo que se convirtió en una marca reconocida y a la vez querida por parte de los ecuatorianos se les ocurrió elaborar la primera gaseosa sabor a naranja que dio vida a la fábrica Orangine, para más adelante continuar con otra de sus refrescantes creaciones, y convirtiéndose en el jugo burbujeante de mora, piña, mango etc..

Fundada
en 1914



Cervecería
La Victoria
en la
Quebrada
de
Jerusalén



Orangine



Algunos
Procesos
deben
actualizarse



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

Planteamiento del problema

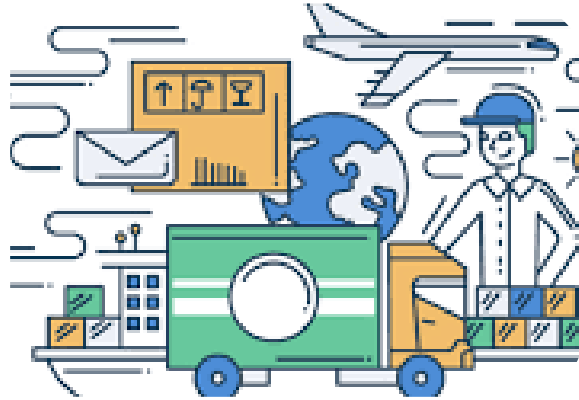
Hoy en día vivimos en un entorno empresarial altamente competitivo y dinámico y pues en este caso para que orangine sea siempre exitosa y sostenible en cuanto a su rentabilidad deben tener en cuenta un factor importante como es la cadena de suministro y el área de comercialización ya que está directamente involucrado en la en la distribución y que podemos ofrecer a los consumidores finales promociones productos innovadores etc.... cabe mencionar que orangine no opera aisladamente al contrario trabajan conjuntamente con proveedores, distribuidores y puntos de ventas .



Diagnóstico del Problema



Desafíos logísticos que afectan su capacidad para satisfacer la demanda y mantener su posición.



La falta de coordinación y tecnología podría impactar la rentabilidad al causar retrasos y altos costos..



Abordar estos desafíos es crucial para optimizar la cadena

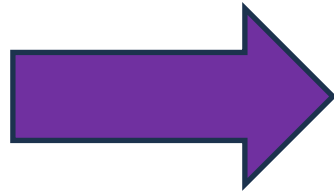


Inconvenientes con la cadena de suministro

Orangine debe: mejorar la satisfacción del cliente y mantener la posición de liderazgo en el mercado.



OBJETIVO
GENERAL



Analizar la cadena de suministros, por medio de la aplicación de procesos en el departamento de comercialización, para conocer su impacto en la rentabilidad en la empresa Orangine.

OBJETIVOS
ESPECIFICOS



- Analizar una revisión bibliográfica sobre la cadena de suministros, la gestión de la cadena de suministros y el impacto de la gestión de la cadena de suministros en la rentabilidad.
- Ejecutar un estudio de observación directa para analizar el impacto de la gestión de la cadena de suministros en el área de comercialización en la rentabilidad de la empresa Orangine utilizando una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos.
- Proponer estrategias específicas para mejorar la cadena de suministros en el área de comercialización de la empresa Orangine



Metodología

Encuesta

- Con base en esta interpretación de los resultados, se pueden tomar medidas adecuadas para abordar la duplicidad de funciones en el área de producción o distribución.
- Esto puede incluir la revisión de los roles y responsabilidades de los empleados, la mejora de la comunicación y la coordinación entre los equipos, así como la implementación de procesos más eficientes. En última instancia, el objetivo es optimizar la productividad y el desempeño en el área de producción o distribución de la empresa.

Entrevista

- Es importante mencionar que, por la falta de una comunicación efectiva interna entre áreas, ha provocado discordancia dentro de la empresa, por lo que las ventas no aumentan, sino que se mantienen, al igual que sería adecuado que los procesos estandarizados con los que cuenta la empresa sean comunicados a todo el personal que forma parte del proceso sean trabajadores antiguos o nuevos.

Fichas de observación

- Con la realización de la investigación en la empresa Orangine se pudo recolectar la información necesaria para determinar que no existe los manuales de procesos y un inventario automatizado en el cual se pudo evidenciar como se va desarrollando la cadena de suministros en el área de comercialización, ya que con este sistema ayudara a la empresa a mejorar su rentabilidad y no solamente mantenerse con la misma frecuencia de distribución.



Metodología

$$n = \frac{N * Z\alpha^2 * p * q}{d^2(N - 1) + Z\alpha^2 * p * q}$$

De donde:

n= Tamaño de la muestra

Za= Nivel de confianza 95%

= 1,96 p= proporción esperadas = 0,05

q= 1-p = 0,95

d= precisión 5% = 0,05

N= Tamaño de la población= 135

$$n = \frac{135 * 1,96^2 * 0,05 * 0,95}{0,05^2(135 - 1) + 1,96^2 * 0,05 * 0,95}$$

$$n = \frac{135 * 3,8416 * 0,05 * 0,95}{0,0025(134) + 3,8416 * 0,0475}$$

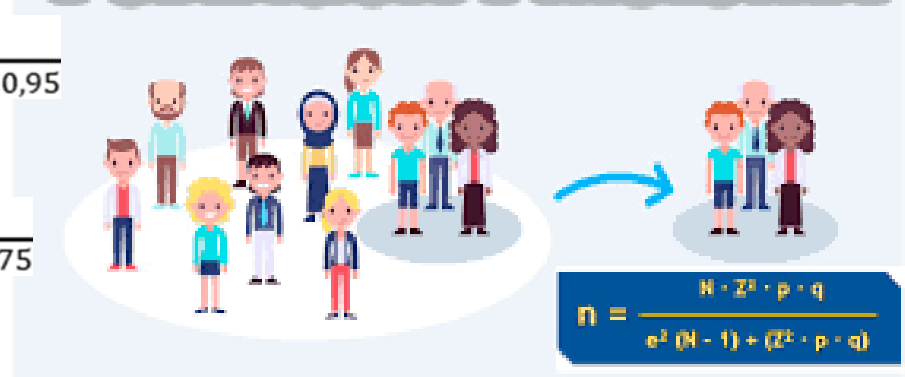
$$n = \frac{24,63}{0,34 + 0,18}$$

$$n = \frac{24,63}{0,52}$$

$$n = 47,37$$

$$n = 47$$

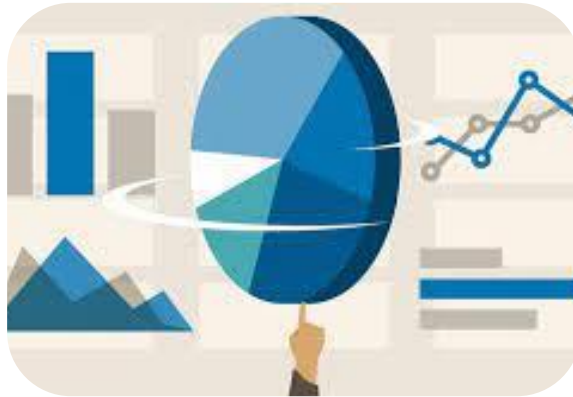
POBLACIÓN Y MUESTRA



Propuesta



Mejorar la comunicación y coordinación entre los departamentos.



Optimizar la planificación de la distribución. Realizar seguimiento y medición de indicadores clave de rendimiento



**Automatizar procesos logísticos.
Capacitar al personal**

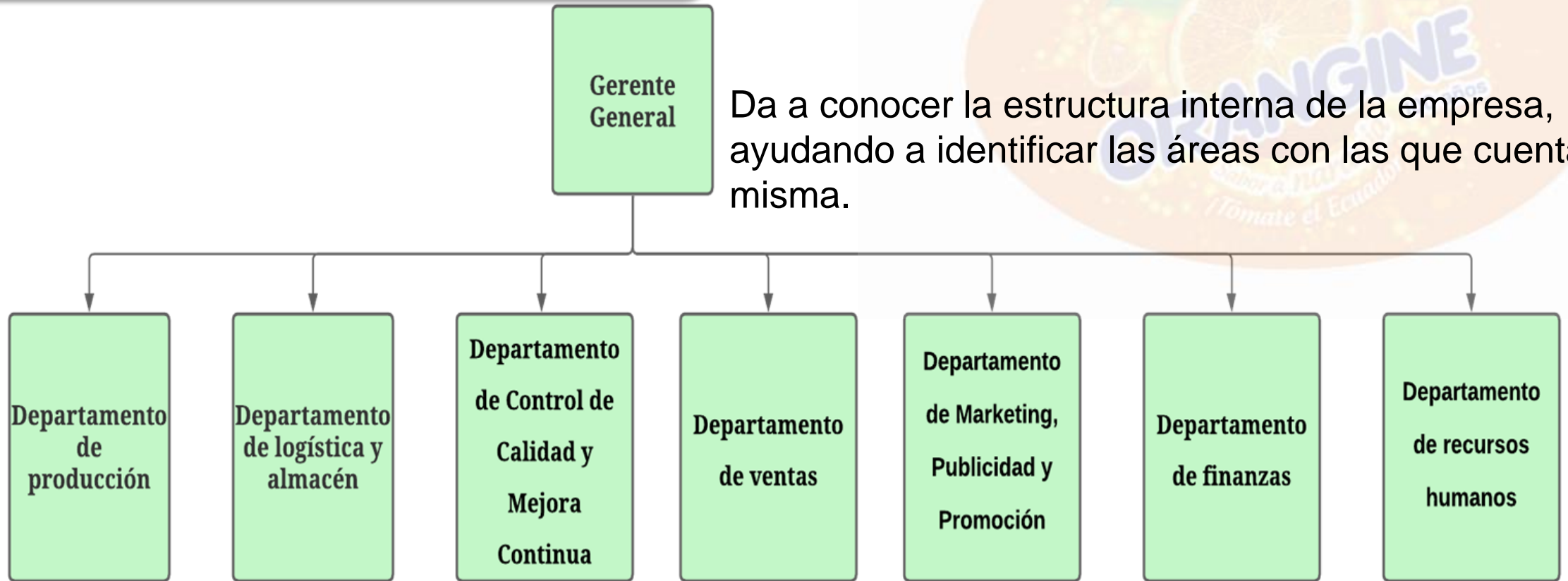


Incentivar el trabajo en equipo y la colaboración



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

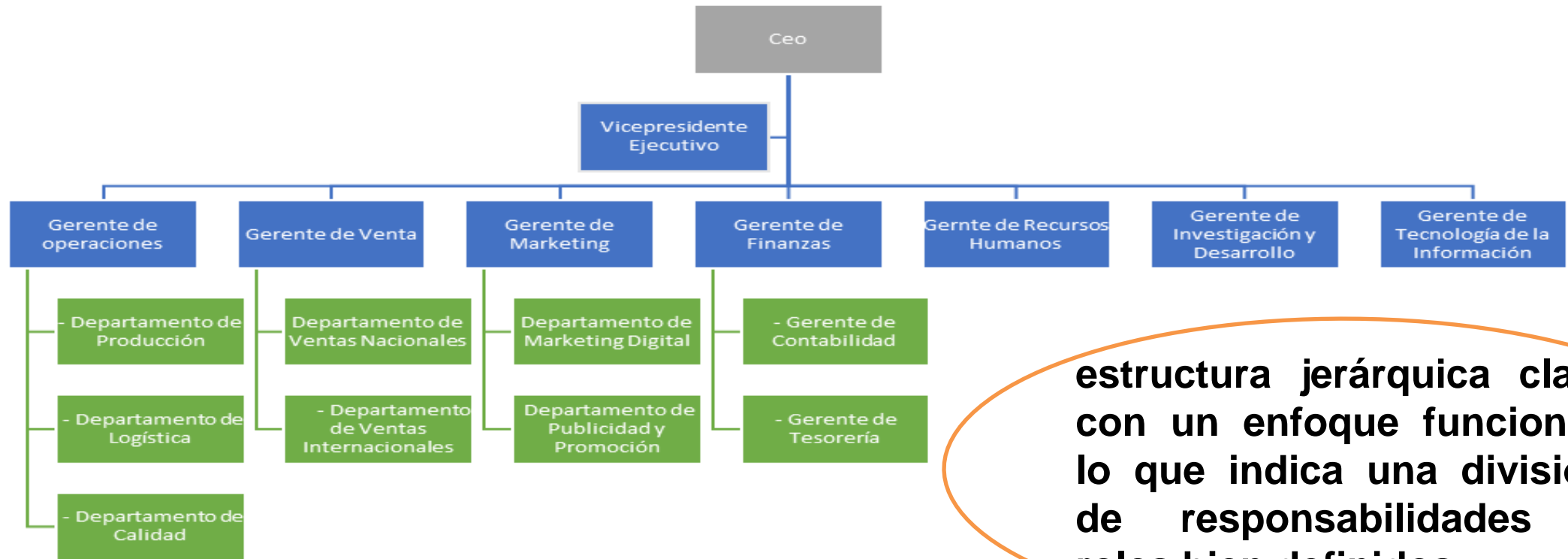
Organigrama Actual



Da a conocer la estructura interna de la empresa, ayudando a identificar las áreas con las que cuenta la misma.



Organigrama Propuesto



estructura jerárquica clara con un enfoque funcional, lo que indica una división de responsabilidades y roles bien definidos.



Cadena de valor Actual



Sin embargo, algunos defectos de la cadena de valor de Orangine son la falta de adaptabilidad a cambios en el mercado, una excesiva dependencia de ciertos proveedores o clientes, o una falta de integración y colaboración entre las diferentes áreas de la empresa.

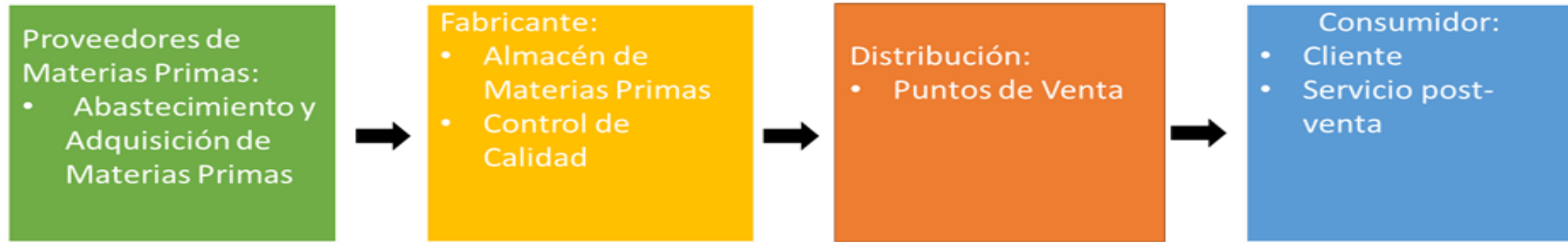
Por lo tanto, el diseño de una nueva cadena de valor demostrará una mejor organización y una adaptabilidad superior para la empresa



Cadena de valor Propuesta



Cadena de suministros Orangine



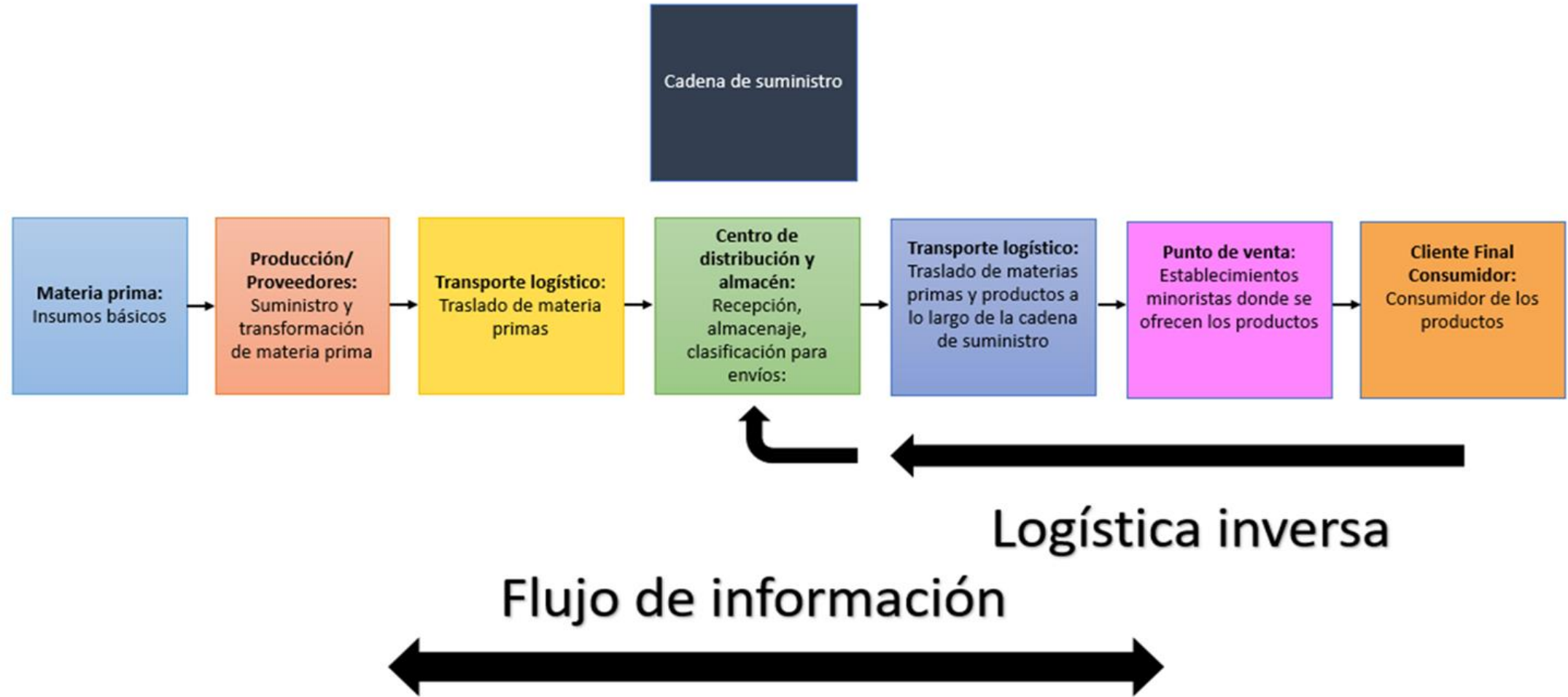
Logística Inversa

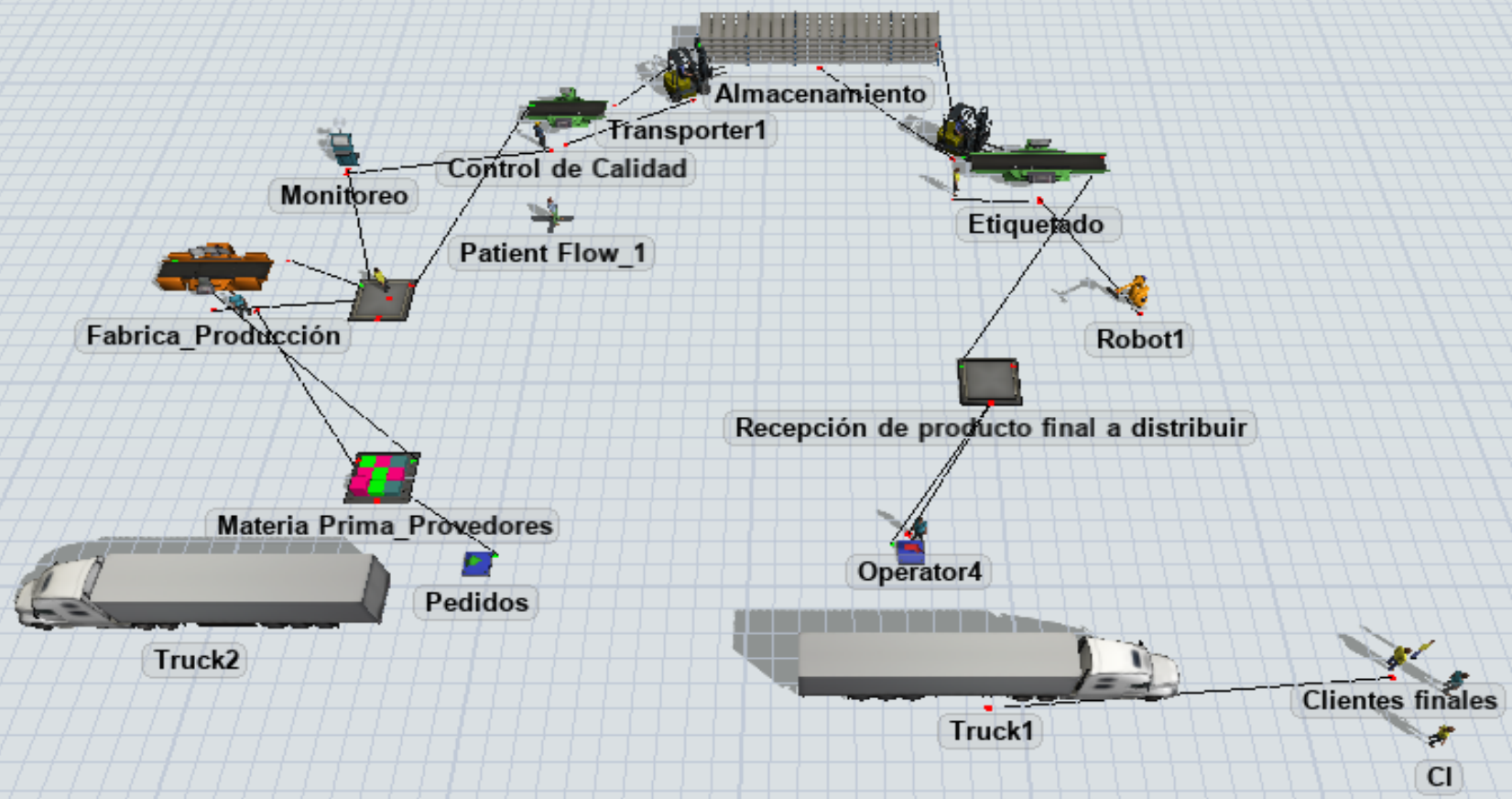
Flujo de información





Cadena de suministro propuesta





Área de comercialización de la empresa Orangine

Sistema de ventas en Orangine

Análisis del producto más vendible

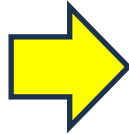
Página web y presencia en redes sociales

Departamento de Marketing y sus falencias



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

4 p de marketing



Producto

Precio

Promoción

Plaza



Implementación de la propuesta de marketing

Colaboraciones
con Influencers

Medición y
Evaluación

Definición de
Objetivos

Colaboraciones
con Influencers

Desarrollo del Plan
de Marketing

Comunicación y Responsabilidad
Social Corporativa

Creación de Contenido y
Mensajes

Programa de Fidelización



Alianzas Estratégicas

Organización de Eventos y
Degustaciones

Implementación de
Campañas Publicitarias y
Digitales



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

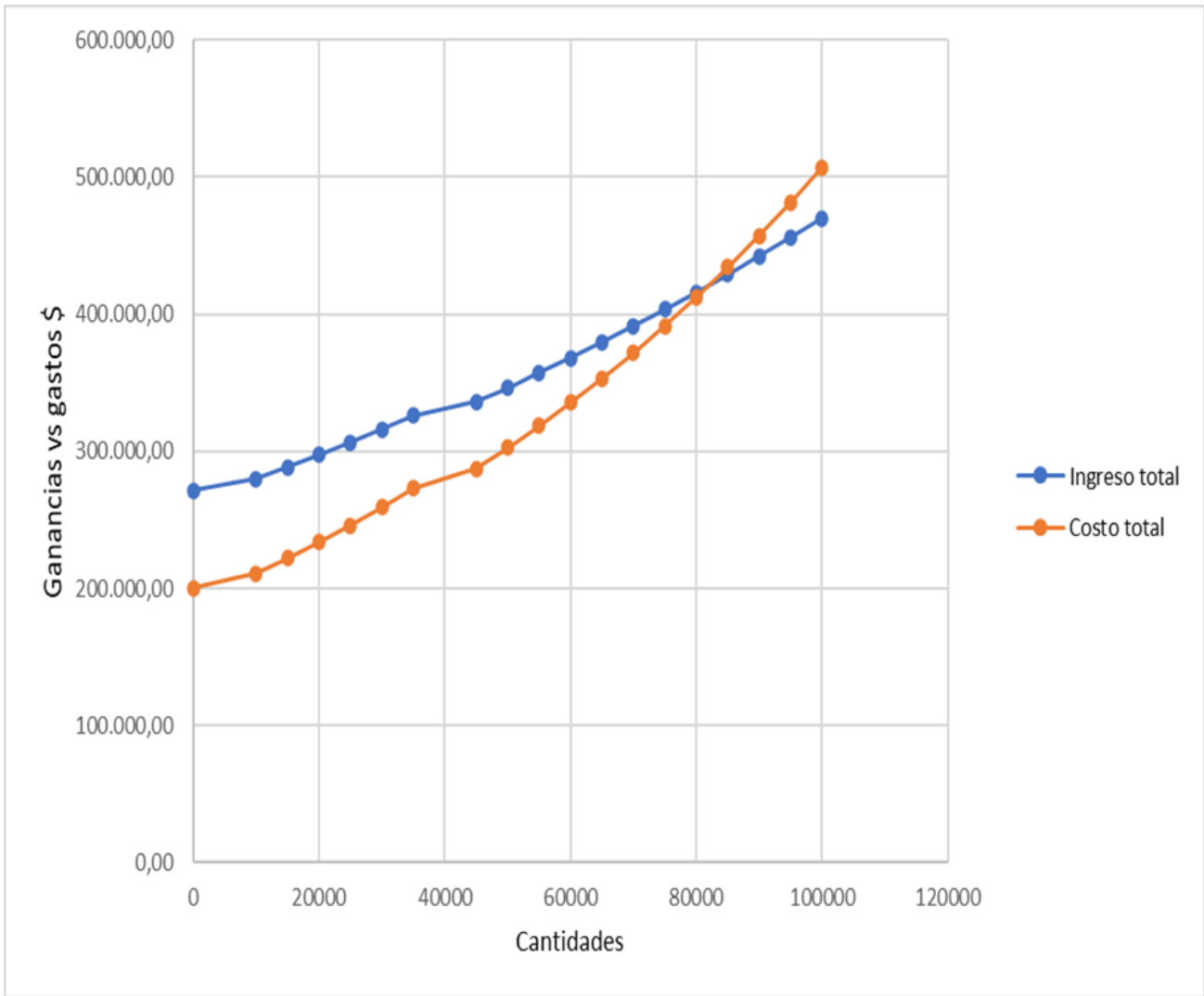
Rentabilidad Actual de la empresa Orangine

Indicadores de rentabilidad

Indicador	Antes	Después
Margen Bruto	60%	62%
Margen Operativo	30%	33%
Margen Neto	20%	22%
Retorno sobre Activos (ROA)	15%	18%
Retorno sobre Patrimonio (ROE)	25%	28%

sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades





De acuerdo a la figura 21 podemos notar que el punto de intersección entre los ingresos y el costo total es \$412.354,30 alrededor de las 80000 unidades vendidas.

Punto de equilibrio PE = \$412.354,30.

El punto de equilibrio de \$412.354,30 señala el nivel puntual de ingresos necesarios para cubrir los costos totales y alcanzar un balance entre ganancias y pérdidas.



Indicadores clave para medir la implementación de la propuesta

Indicador	Fórmula	Objetivo
Tiempo de entrega	$(\text{Fecha de entrega} - \text{Fecha de pedido}) / \text{Días}$	Reducir
Rotación de inventario	$\text{Costo de ventas} / \text{Promedio de inventario}$	Aumentar
Tasa de llenado de pedidos	$(\text{Pedidos entregados completos} / \text{Total pedidos}) \times 100$	Aumentar
Nivel de servicio al cliente	Porcentaje de compradores satisfechos	Mantener alto
Costo de logística como % de ventas	$(\text{Costo de logística} / \text{Ingresos totales}) \times 100$	Reducir
Tiempo de procesamiento de pedidos	$(\text{Fecha de despacho} - \text{Fecha de pedido}) / \text{Días}$	Reducir
Nivel de cumplimiento de pedidos	$(\text{Pedidos entregados a tiempo} / \text{Total pedidos}) \times 100$	Aumentar
Índice de precisión de inventario	$(\text{Inventario físico} - \text{Registros de inventario}) / \text{Inventario físico} \times 100$	Aumentar
Productividad de la mano de obra	$(\text{Pedidos procesados} / \text{Horas trabajadas})$	Aumentar
Retorno sobre la inversión (ROI)	$(\text{Utilidad Neta después de implementar la propuesta} / \text{Inversión total}) \times 100$	Aumentar



Indicadores de seguimiento luego de optimizar la cadena de suministro

Indicador	Valor Actual	Valor Optimizado
Tiempo de entrega	5 días	3 días
Rotación de inventario	6 veces al año	8 veces al año
Tasa de llenado de pedidos	85%	95%
Nivel de servicio al cliente	90% de satisfacción	95% de satisfacción
Costo de logística como % de ventas	12%	8%
Tiempo de procesamiento de pedidos	3 días	2 días
Nivel de cumplimiento de pedidos	95%	98%
Índice de precisión de inventario	95%	98%
Productividad de la mano de obra	20 pedidos por hora trabajada	25 pedidos por hora trabajada
Retorno sobre la inversión (ROI)	10%	15%



Pronóstico de Ventas

Mes	Ventas (En miles de dólares)
Agosto	44
Septiembre	46
Octubre	48
Noviembre	50
Diciembre	52



CONCLUSIONES

Esta se erige como un pilar fundamental en la gestión de negocios, abarcando desde la adquisición de materias primas hasta la entrega final al cliente. Su óptima gestión, respaldada por colaboración con actores clave y tecnologías avanzadas, se presenta como el cimiento para abordar desafíos como preferencias cambiantes de consumidores y regulaciones gubernamentales, al tiempo que se superan debilidades como dependencia de insumos y limitada presencia internacional.

2. De acuerdo con la metodología realizada, los resultados de la realización del estudio de observación directa en la empresa Orangine han permitido identificar desafíos significativos en la gestión de la cadena de suministros, específicamente en el área de comercialización. Se ha observado que existen retrasos y descoordinación en la planificación de la distribución, lo que afecta la eficiencia de producción y distribución. Además, se ha evidenciado una falta de comunicación fluida y trabajo en equipo entre los departamentos involucrados, lo que impacta negativamente en la ejecución de operaciones logísticas y la satisfacción del cliente. La falta de integración de sistemas y la actualización inadecuada de datos en la gestión logística de Orangine generan ineficiencias en producción, distribución y ventas, afectando su rentabilidad.

3. Con respecto, a la propuesta de mejora, a través del análisis y evaluación de los datos, se han propuesto estrategias específicas para mejorar la cadena de suministros en el área de comercialización de Orangine. Estas propuestas incluyen la optimización de la coordinación entre departamentos, la implementación de tecnologías de información avanzadas y la mejora en la gestión del inventario para reducir costos y mejorar la satisfacción del cliente.



1. RECOMENDACIONES

En base a los resultados recogidos en la presente investigación y al aporte bibliográfico de este texto de trabajo curricular, se recomienda la biblioteca de la Universidad que se debe adaptarse a los cambios implementando estrategias que permitan la mejora continua con el fin de lograr una mayor calidad en la formación de los egresados, comunicando y dando a conocer nuevos productos y servicios tecnológicos.

2. Dado que la observación directa reveló desafíos en la coordinación y comunicación entre los departamentos, se recomienda la implementación de un sistema de gestión de proyectos que facilite la colaboración interdepartamental. Este sistema podría incluir herramientas digitales para la planificación y el seguimiento de tareas, así como reuniones regulares de seguimiento para asegurar la alineación en los objetivos y resolver problemas de manera proactiva. Una comunicación efectiva y un trabajo en equipo cohesionado pueden mejorar la eficiencia en toda la cadena de suministros.

3. Establecer un plan piloto para implementar tecnologías de información avanzadas en la gestión de la cadena de suministros de Orangine. Esto podría incluir la integración de sistemas de rastreo de envíos y gestión de inventario, junto con la capacitación adecuada para el personal involucrado. Además, se podría considerar la implementación gradual de soluciones de automatización en áreas clave para reducir la dependencia de procesos manuales y mejorar la precisión de los datos, y una estabilidad actual y a futuro en cuanto a la rentabilidad.



Orangine

¡LES AGRADECE POR SU ATENCION!



ESPE
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA