

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE TECNOLOGÍA SUPERIOR EN LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

TRABAJO DE UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN LOGÍSTICA Y TRANSPORTE

TEMA: ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE VENTAS Y SU IMPACTO EN LA DISTRIBUCIÓN DE UNA EMPRESA DE CEREALES.

AUTOR: CHALUISA CHALUISA, MARCO FABIAN

DIRECTORA: ING. AMORES ENDARA, FANNY KATHERINE MGS.

2024



CONTENIDO

CAPÍTULO I: Tema de Investigación

CAPÍTULO II: Marco Teórico

CAPÍTULO III: Ejecución del Plan Metodológico

CAPÍTULO IV: Propuesta

CAPÍTULO V: Conclusiones y Recomendaciones

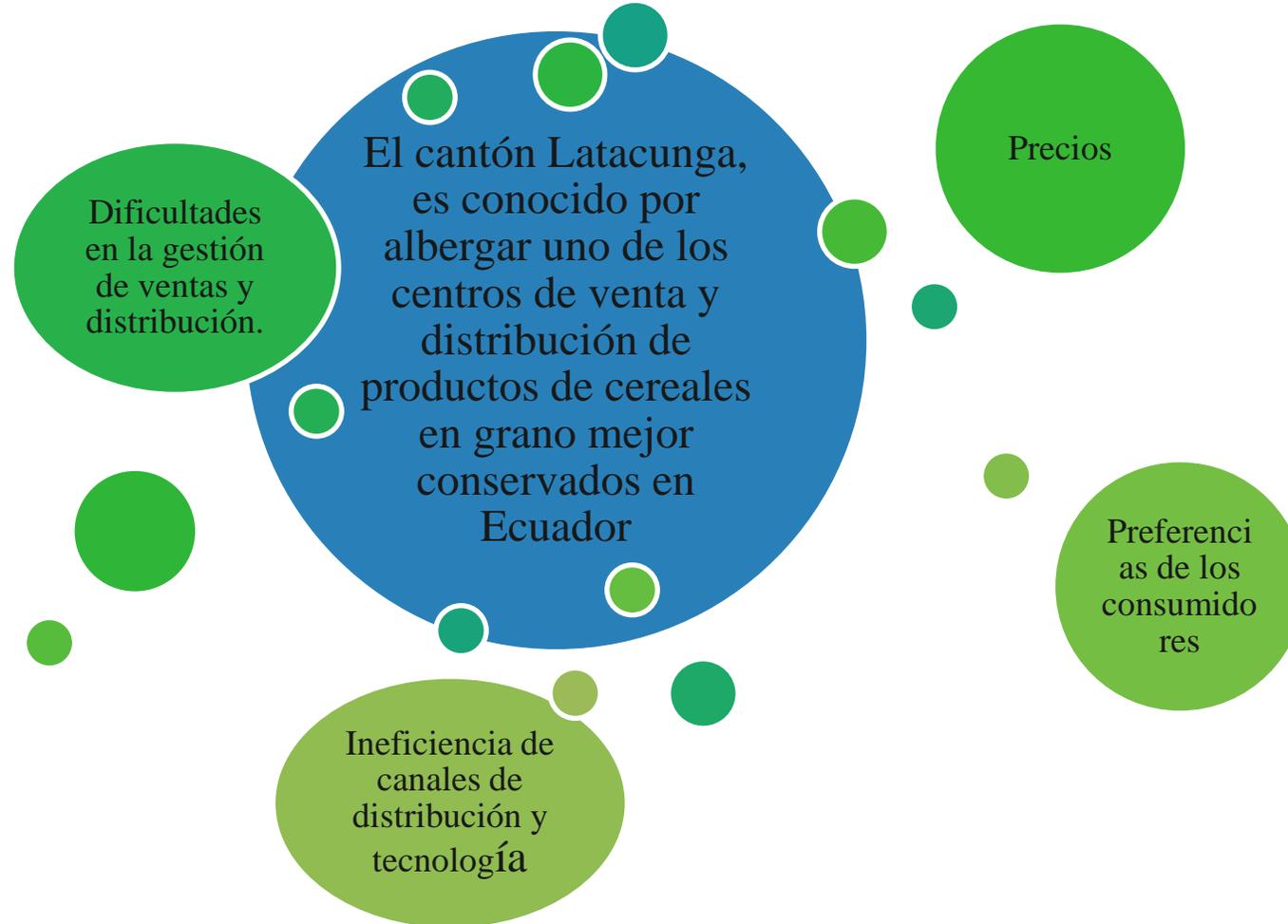


Capítulo I

Tema de investigación



Planteamiento del problema



Problemática: Falta de una adecuada gestión de Ventas y Canales de distribución.



Justificación



Analizar los procesos de gestión de ventas, centrándose en la distribución de productos de una empresa especializada en la transformación de cereales en harina

Identificación de las causas principales que afectan el proceso de gestión de ventas y la distribución de productos



Delineación de las modificaciones necesarias para mejorar la gestión de ventas y la distribución en la empresa

Seguimiento de los indicadores clave de rendimiento (KPI)



Objetivos de la investigación

Objetivo general

Analizar la gestión de ventas y su impacto de la distribución comercial en la empresa de cereales.

Objetivos específicos

- ✓ Ejecutar una investigación de fuentes bibliográficas, acorde al tema trazado.
- ✓ Identificar el análisis de procesos de gestión de ventas de los productos en la empresa de cereales en acorde metodología de la investigación.
- ✓ Proponer soluciones viables para la mejora de la gestión de ventas y su impacto de la distribución de comercialización de los cereales, utilizando el sistema técnico seleccionado.



Capítulo II

Marco Teórico



Gestión de ventas



Gestión de la función de ventas personal de una organización.



Vender productos o servicios, desempeñar un papel clave en la estrategia empresarial.



Personal de venta: reclutamiento y selección actividades claves involucradas en en la planificación y ejecución de programas de selección de fuerza de venta.



Actividades de liderazgo se centran en influir en los vendedores a través de procesos de comunicación.



Evaluar la eficacia de las unidades de la organización de ventas, como territorios, distritos, regiones y zonas.



Tendencias en la gestión de ventas

La gestión de ventas basados en datos

- Proceso de utilizar datos y análisis para optimizar y mejorar las operaciones de ventas en una organización.
- Recopilan datos sobre clientes, productos, transacciones, interacciones con clientes y otros aspectos relevantes de las ventas.
- Se utilizan herramientas de análisis de datos para examinarlos y encontrar patrones, tendencias y oportunidades ocultas.



Equipo de ventas de la era digital

- Los equipos de ventas modernos se basan en datos.
- Los equipos de ventas modernos son religiosos en cuanto a la precisión de las previsiones de ventas.
- Los equipos de ventas modernos se centran en la gestión del desempeño de ventas.
- Los equipos de ventas modernos ofrecen coaching constante en tiempo real.
- Los equipos de ventas modernos monitorean y ajustan continuamente su proceso de ventas.



Los consumidores de la era digital

Tienen más conocimientos
Son más exigentes
Están más empoderados
Son más colaborativos
Son más diversos
Son más interactivos
Están más en movimiento



Distribución comercial



Distribución comercial



- ✓ Productos y servicios lleguen a los consumidores finales.
- ✓ Planifica, ejecuta y coordina una serie de acciones y actividades.
- ✓ Facilita el crecimiento económico y contribuye al uso eficiente de los recursos



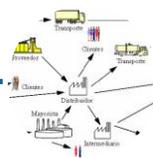
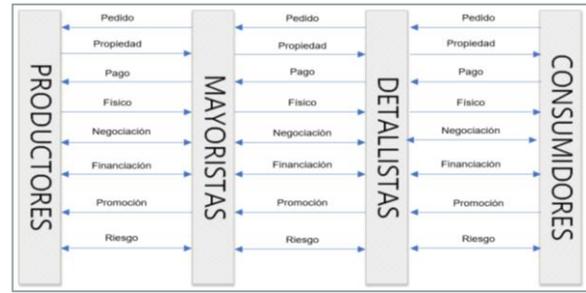
Utilidad



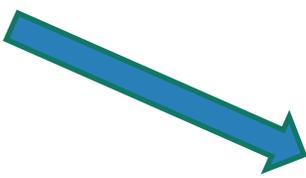
- ✓ Forma
- ✓ Lugar
- ✓ Tiempo
- ✓ Información



Flujo



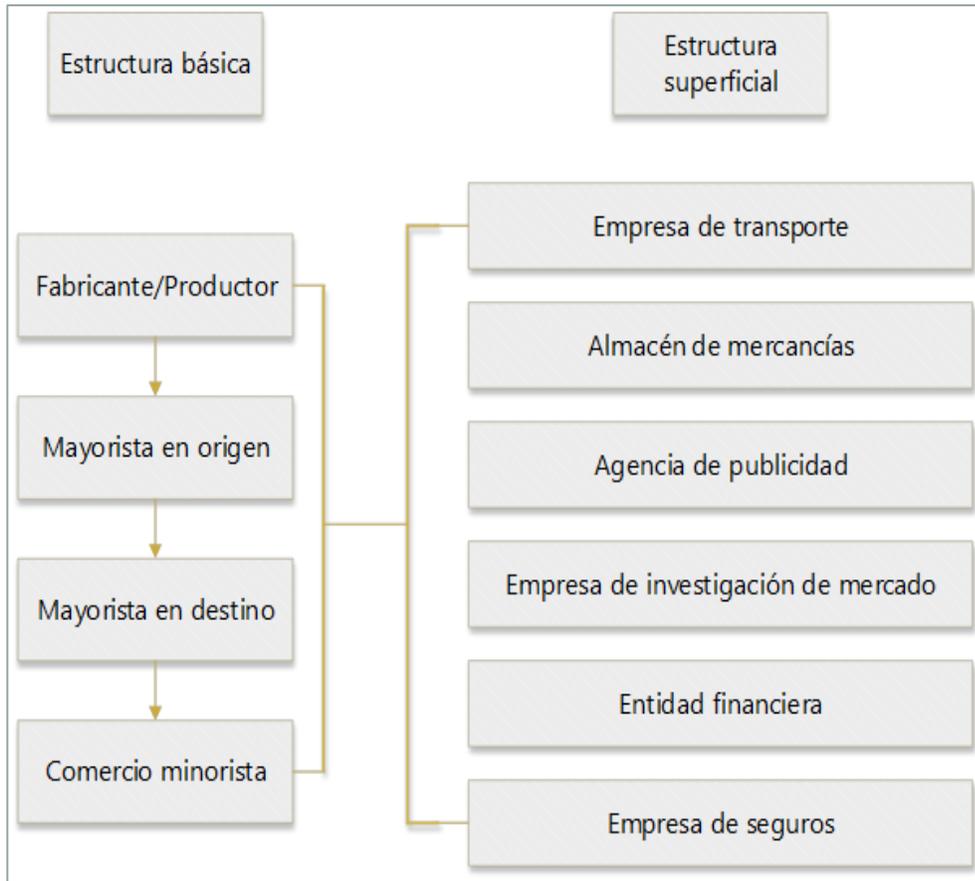
Flujos



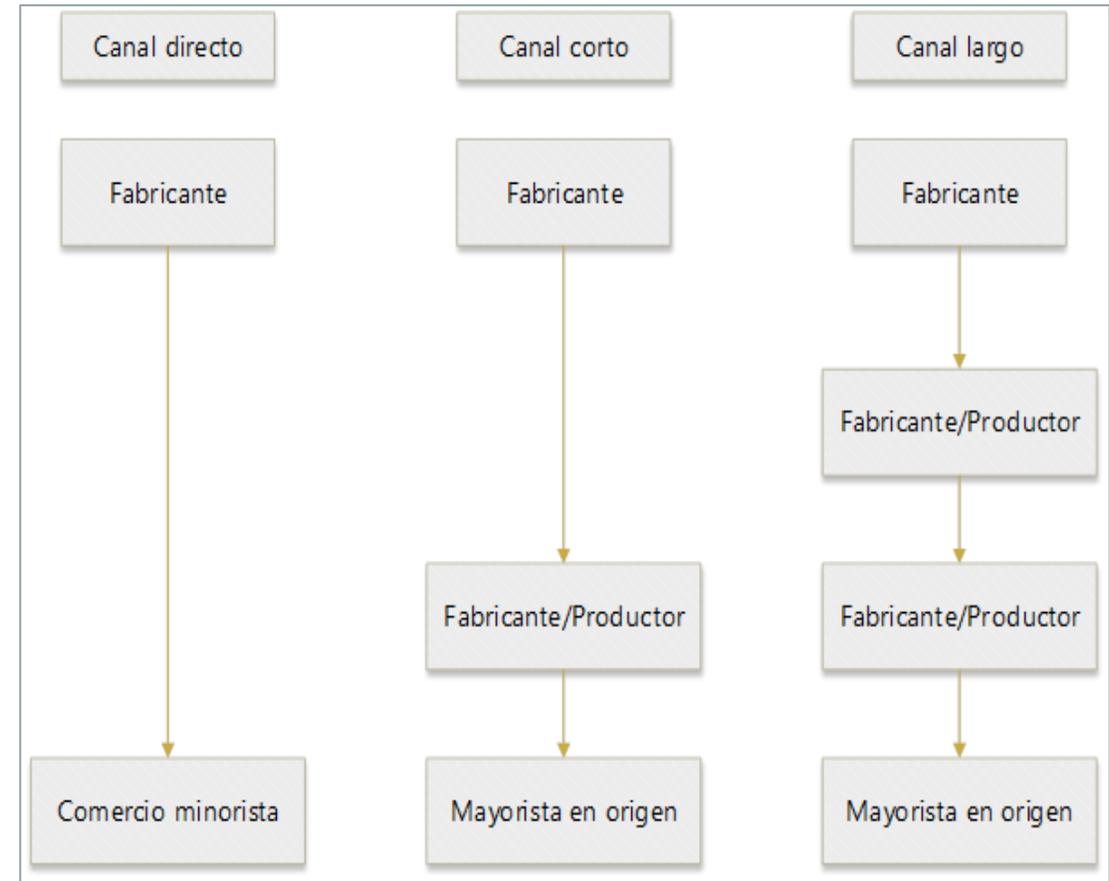
- ✓ Flujo de pedido de mercancías
- ✓ Flujo de pago
- ✓ Flujo físico
- ✓ Flujo de negociación
- ✓ Flujo de financiación
- ✓ Flujos de riesgo



Estructura y clasificación de los canales



Tipos de estructura en canales de distribución



Longitud de canales de distribución

Sector de cereales en Ecuador

| Año | Provincia | Superficie cosechada (ha) | Produccion (Tm.) | Rendimiento (Tm/ha) | Porcentaje nacional |
|------|---------------------|---------------------------|------------------|---------------------|---------------------|
| 2023 | Carchi | 2.325 | 6.042 | 2,6 | 55% |
| | Bolívar | 1.332 | 2.001 | 1,5 | 18% |
| | Pichincha | 1.211 | 1.864 | 1,5 | 17% |
| | Chimborazo | 418 | 329 | 0,8 | 3% |
| | Resto de provincias | 752 | 663 | 0,9 | 6% |
| | Total | 6.038 | 10.898 | 1,8 | 100% |

Producción y Superficie cosechada de Cereales (Granos)



Capítulo III

Ejecución del plan Metodológico



Capítulo III

Marco Metodológico



Universo y población: Son 25 individuos entre el gerente y los trabajadores.

Muestra: De 23 trabajadores (empleados)

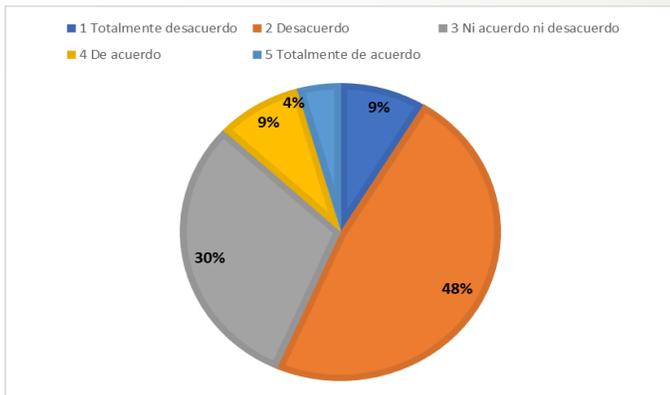
Instrumentos de recolección de datos:

- Cuestionarios de encuesta

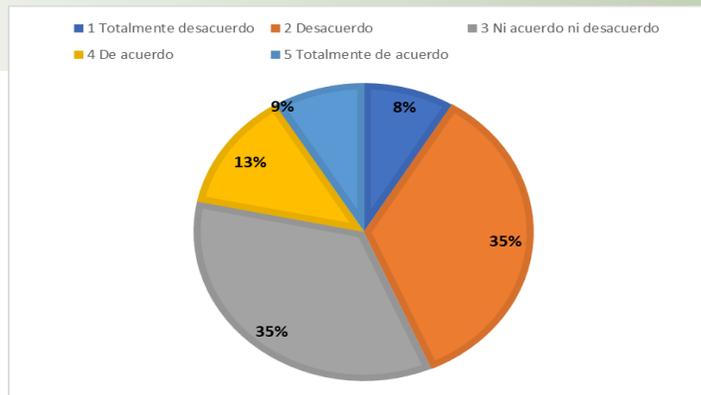
Procesamiento de datos:

- Preparación de instrumentos.
- Selección de la muestra.
- Administración de encuestas.
- Observación directa.
- Procesamiento de Datos.
- Interpretación de resultados.

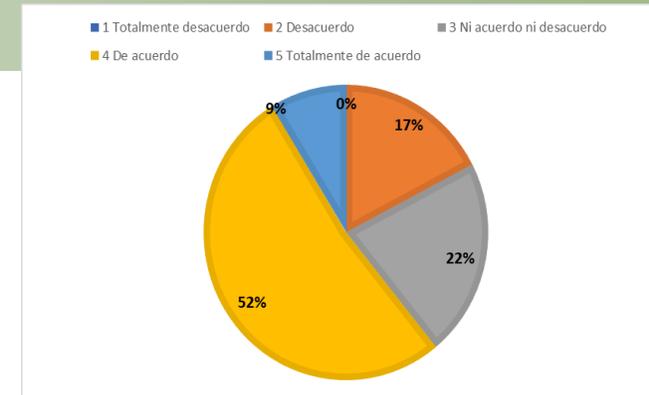




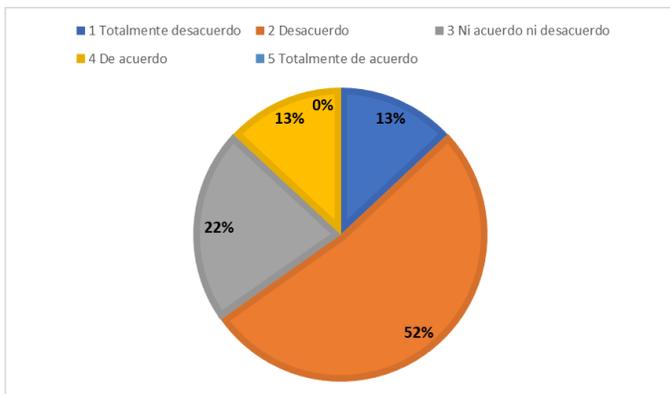
La empresa tiene procesos de ventas eficientes



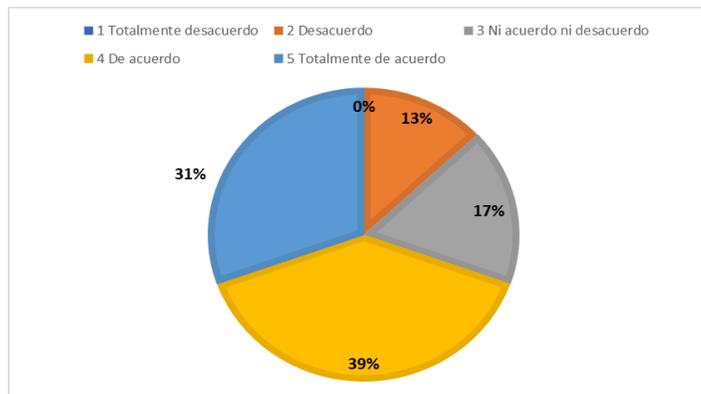
Los sistemas y herramientas tecnológicas utilizados en la gestión de ventas son efectivos



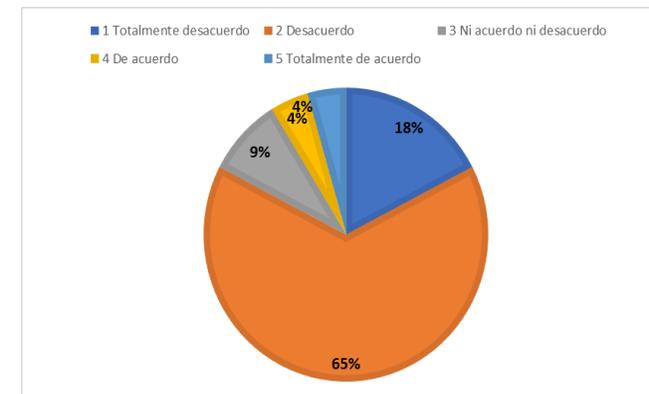
Los empleados de la empresa están adecuadamente capacitados en los procesos de ventas



La empresa conoce bien las preferencias de los clientes

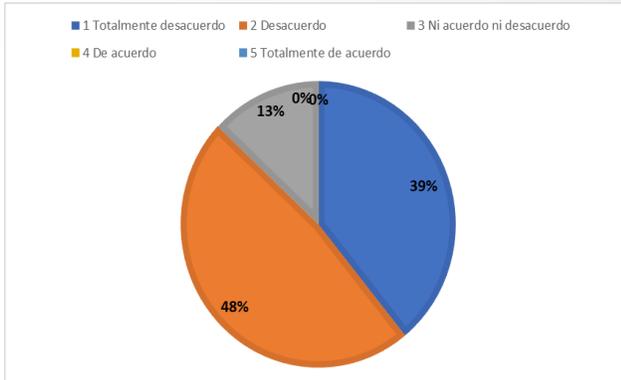


Los precios de los productos de cereales son competitivos en el mercado

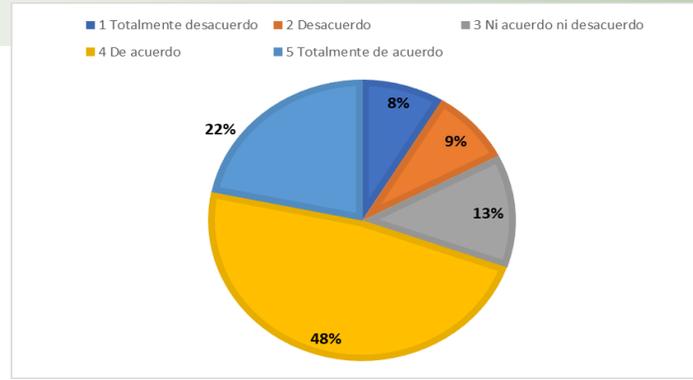


La empresa tiene una estrategia efectiva de distribución de sus productos

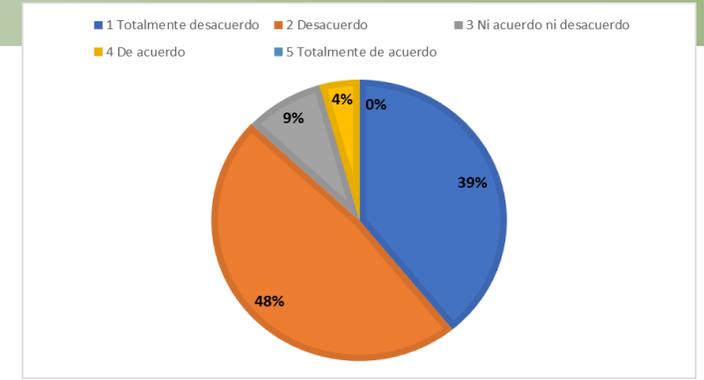




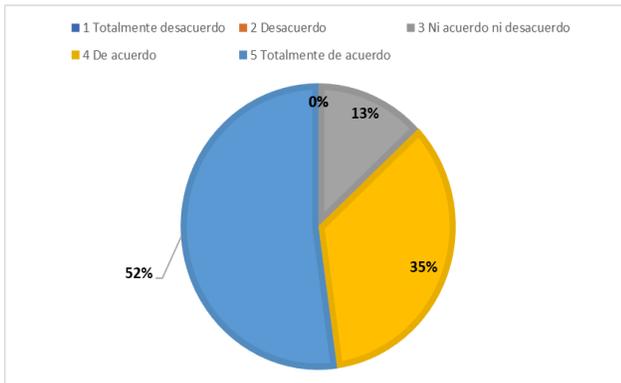
Se realizan seguimientos de satisfacción del cliente después de la compra



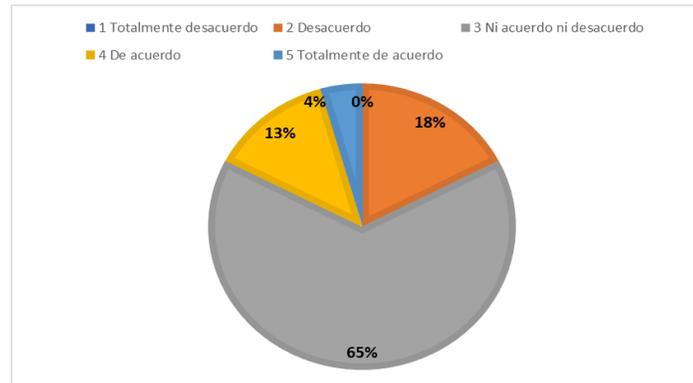
Los empleados de la empresa trabajan de manera colaborativa en la gestión de ventas



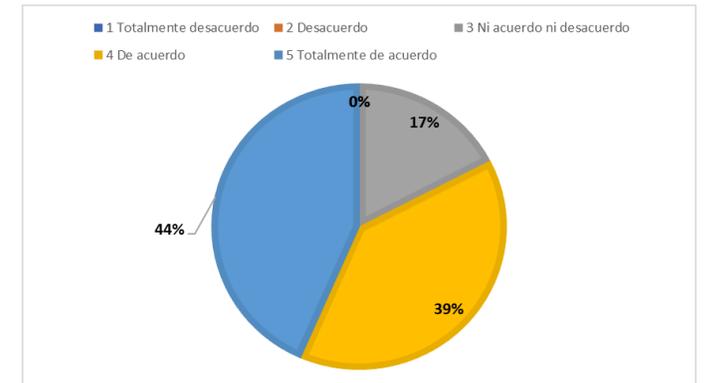
Los procesos de gestión de ventas son flexibles y se adaptan a las necesidades del cliente



La empresa enfrenta desafíos en la distribución de sus productos debido a limitaciones de infraestructura



Los empleados sienten que reciben el apoyo necesario para cumplir con sus responsabilidades en la gestión de ventas



La empresa está abierta a la innovación y mejoras en la gestión de ventas



Análisis del proceso de gestión de ventas

| FALENCIAS EN EL PROCESO DE GESTIÓN DE VENTAS | OPORTUNIDADES DE MEJORA |
|--|---|
| Demoras en la preparación de pedidos | Optimizar procesos para reducir tiempos y mejorar la eficiencia operativa. |
| Errores ocasionales en la entrega | Fortalecer controles adicionales para minimizar errores y garantizar una entrega precisa. |
| Falta de monitoreo postventa | Implementar un sistema estructurado de monitoreo postventa para mejorar la retención de clientes y la calidad del servicio. |

Falencias y oportunidades en el proceso de ventas



| PROCESOS | PROBLEMAS DETECTADOS EN VENTAS | IMPACTO EN DISTRIBUCIÓN | OPORTUNIDADES DE MEJORA |
|---|---|---|---|
| 1. Recepción de pedidos y coordinación de distribución | Falta de información precisa sobre cantidad y tipo de productos solicitados. | Genera confusiones y posibles errores en la planificación de la distribución. | Implementar un sistema para obtener información precisa de pedidos desde el inicio. |
| 2. Verificación de disponibilidad en almacén | Falta de sincronización entre la gestión de ventas y la distribución en la verificación de disponibilidad de productos. | Provoca errores y demoras en la verificación, afectando la eficiencia de la distribución. | Mejorar la comunicación entre los departamentos de ventas y distribución para una sincronización efectiva. |
| 3. Planificación de rutas de entrega | Proceso de planificación se lleva a cabo correctamente en ventas. | Contribuye positivamente a la eficiencia en la distribución. | Continuar optimizando y ajustando las rutas para minimizar aún más problemas logísticos. |
| 4. Embalaje y carga de productos | Falta de congruencia entre la planificación y la ejecución. | Afecta la correcta preparación de pedidos en distribución, generando errores y posibles entregas incorrectas. | Establecer controles más rigurosos para garantizar que la ejecución siga la planificación establecida. |
| 5. Entrega a clientes | Se realiza la entrega siguiendo las rutas planificadas. | Contribuye positivamente a una entrega eficiente y satisfactoria. | Mantener y mejorar la ejecución eficiente de las rutas establecidas. |
| 6. Monitoreo y feedback post-entrega | Falta de un proceso estructurado de monitoreo postventa. | Limita la capacidad de identificar problemas generados durante la entrega, afectando la calidad de la distribución. | Implementar un sistema de monitoreo postventa para mejorar la calidad de la distribución y ajustar estrategias de ventas. |
| 7. Monitoreo y post-entrega | Falta de un proceso estructurado de monitoreo postventa. | Limita la capacidad de identificar problemas generados durante la entrega, afectando la calidad de la distribución. | Implementar un sistema de monitoreo postventa para mejorar la calidad de la distribución y ajustar estrategias de ventas. |

Matriz de Observaciones y mejoras en la relación entre Proceso de ventas y distribución



Capítulo IV

Propuesta



Optimización Integral del Proceso de Gestión de Ventas y Distribución para Mejorar la Eficiencia Operativa y la Satisfacción del Cliente en la Distribuidora de Cereales

| OBJETIVO | ACTIVIDAD | RESPONSABLE | PLAZO | RECURSOS NECESARIOS |
|-------------------------------------|--|----------------------------|---------------|-----------------------------|
| 1. Análisis de la demanda | - Evaluar histórico de ventas | Departamento de Ventas | Mes 1 - Mes 2 | Datos de ventas anteriores |
| | - Identificar tendencias del mercado | Departamento de Marketing | Mes 1 - Mes 2 | Estudios de mercado |
| | - Consultar con otros departamentos para obtener pronósticos | Departamento de Producción | Mes 1 - Mes 2 | Opiniones de expertos |
| 2. Evaluación de proveedores | - Revisar y evaluar proveedores actuales | Departamento de Compras | Mes 3 | Evaluaciones de rendimiento |
| | - Investigar nuevos proveedores potenciales | Departamento de Compras | Mes 3 | Investigación de mercado |
| | - Establecer criterios de selección de proveedores | Departamento de Compras | Mes 4 | Lista de criterios |
| 3. Desarrollo de relaciones | - Establecer comunicación con proveedores seleccionados | Departamento de Compras | Mes 5 | Plataforma de comunicación |
| | - Negociar términos y condiciones favorables | Departamento de Compras | Mes 6 | Documentos de negociación |
| | - Fomentar colaboración y transparencia con proveedores | Departamento de Compras | En curso | Reuniones y actualizaciones |
| 4. Monitoreo y revisión | - Establecer métricas clave de rendimiento | Departamento de Compras | En curso | Herramientas de seguimiento |
| | - Realizar revisiones regulares de desempeño de proveedores | Departamento de Compras | Trimestral | Informes de desempeño |
| | - Actualizar estrategia de compras según cambios en el mercado | Departamento de Compras | Semestral | Análisis de mercado |

Planificación estratégica de ventas

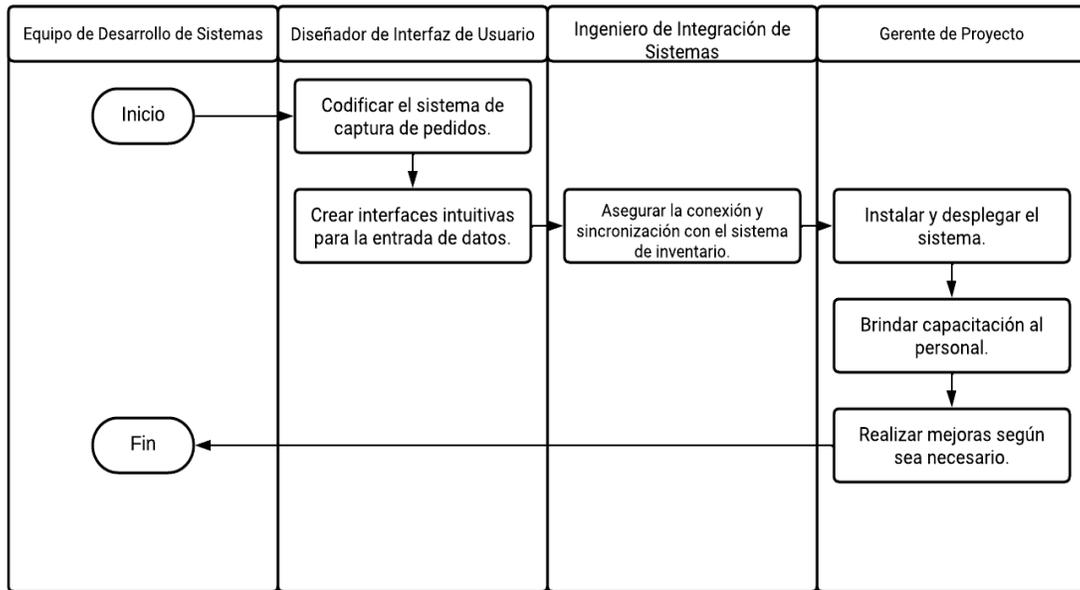


Plan de Acción para considerar la demanda anticipada

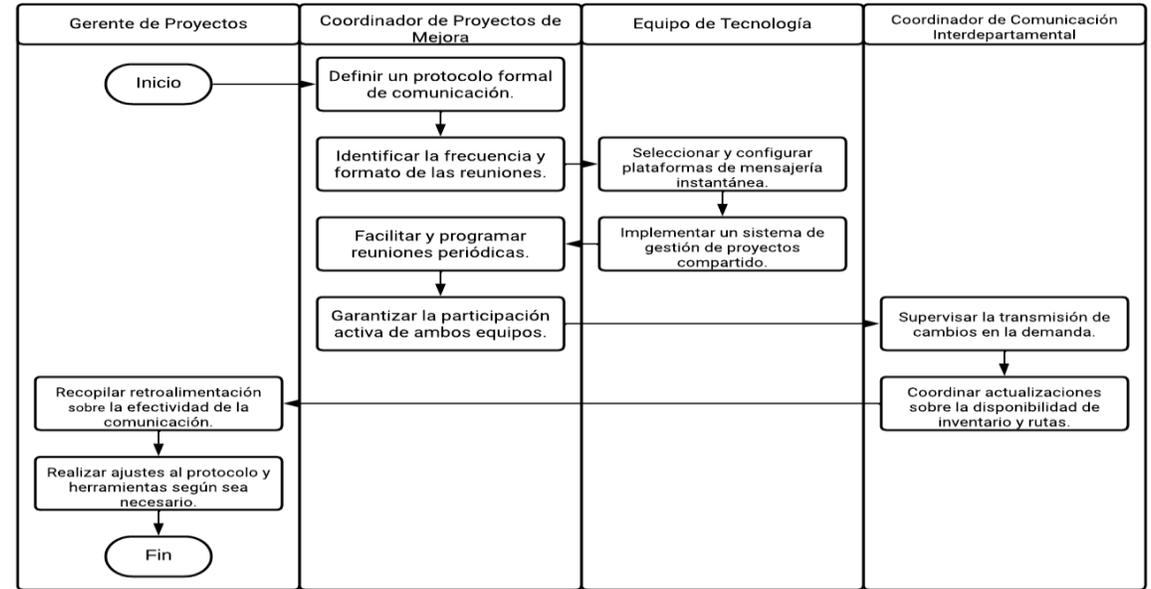
| OBJETIVO | ACTIVIDAD | RESPONSABLE | PLAZO | RECURSOS NECESARIOS |
|---|--|---------------------------|----------------------|--|
| 1. Mejorar el Análisis de la Demanda | - Implementar un software de análisis de datos para tendencias históricas de ventas | Departamento de Ventas | Mes 1 - Mes 2 | Software de análisis de datos |
| | - Formar al personal en la interpretación de datos históricos | Departamento de Ventas | Mes 3 - Mes 4 | Programas de formación |
| 2. Fortalecer la Colaboración Interna | - Establecer reuniones regulares entre los departamentos de Ventas, Marketing y Producción | Gerentes de Departamento | En curso | Calendario de reuniones y herramientas de colaboración |
| 3. Implementar Tecnología para la Gestión de la Cadena de Suministro | - Evaluar e implementar un sistema de SCM integrado | Departamento de Logística | Mes 5 - Mes 6 | Evaluación de software y recursos de implementación |
| | - Proporcionar formación sobre el nuevo sistema a los equipos relevantes | Departamento de Logística | Mes 7 - Mes 8 | Programas de formación |
| 4. Recopilar Retroalimentación del Cliente | - Diseñar y enviar encuestas regulares a los clientes | Departamento de Marketing | Mes 2 - Mes 3 | Plataforma de encuestas y análisis de resultados |
| | - Establecer un proceso para integrar comentarios de los clientes en la planificación de compras | Departamento de Ventas | Mes 4 - Mes 5 | Proceso de integración de comentarios |
| 5. Implementar Modelos de Inventario Predictivo | - Evaluar e implementar un modelo de inventario predictivo | Departamento de Compras | Mes 6 - Mes 7 | Evaluación de modelos y recursos de implementación |
| | - Capacitar al personal de compras en el uso del nuevo modelo | Departamento de Compras | Mes 8 - Mes 9 | Programas de formación |
| 6. Mejorar la Colaboración con Proveedores | - Compartir datos de demanda anticipada con proveedores clave | Departamento de Compras | En curso | Plataforma segura de intercambio de información |
| | - Negociar acuerdos de suministro flexibles | Departamento de Compras | Mes 10 - Mes 11 | Documentos de negociación y análisis de riesgos |
| 7. Establecer Revisiones Periódicas del Desempeño | - Establecer un calendario regular para revisiones de desempeño | Alta Dirección | Trimestral | Agenda de revisiones y herramientas de seguimiento |
| | - Analizar resultados y ajustar estrategias según sea necesario | Alta Dirección | Mes 12 y en adelante | Herramientas de análisis y planificación |



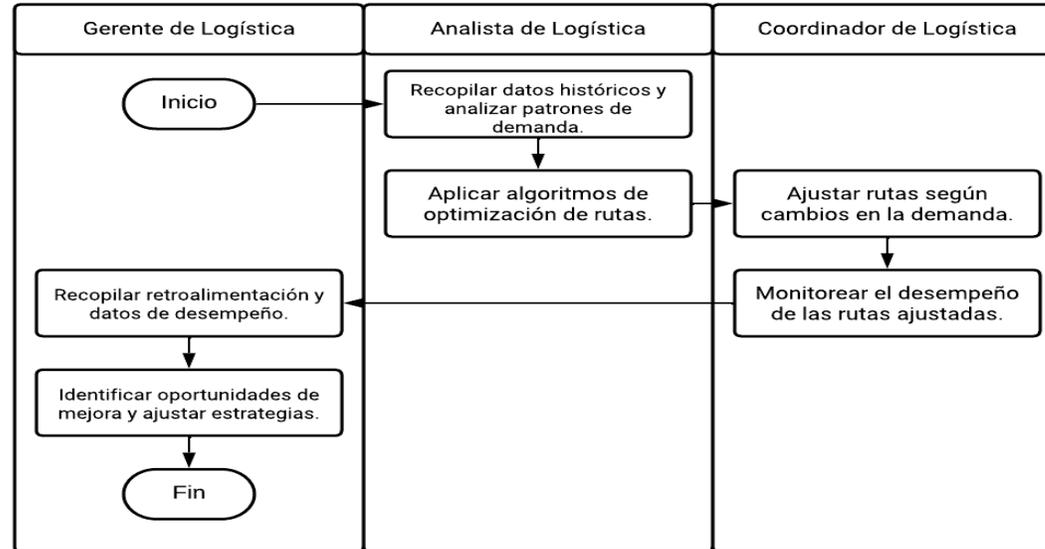
Proceso de Implementación de sistema



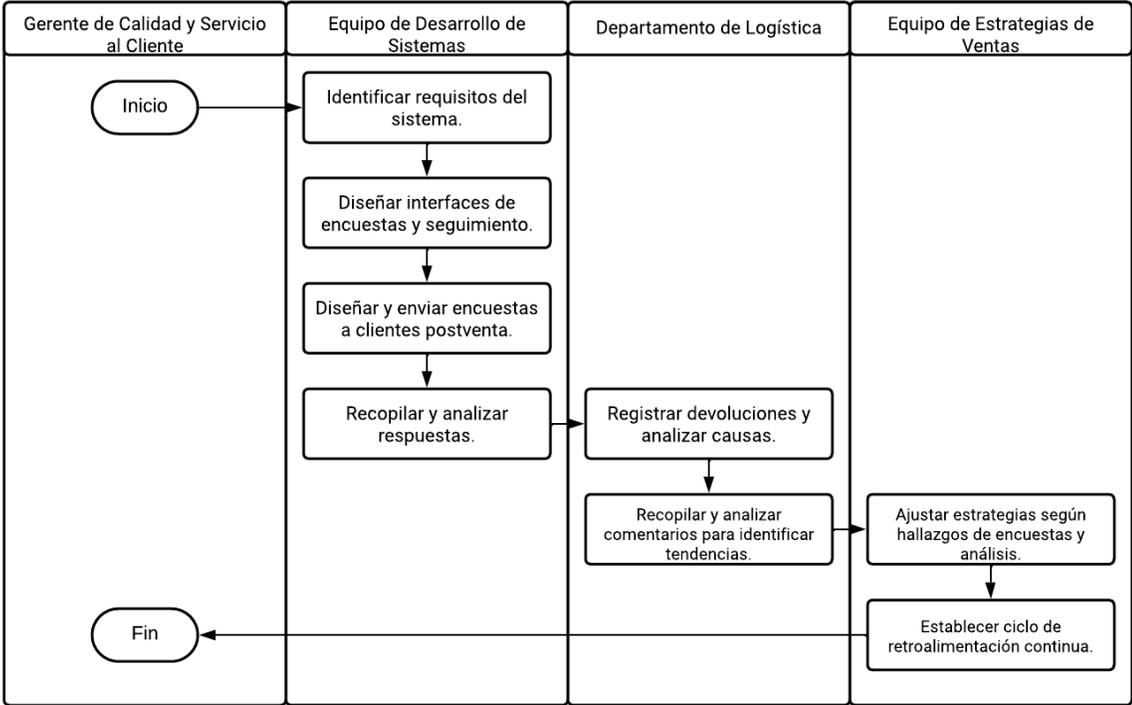
Proceso De Mejora de la Comunicación



Proceso de Ajuste de Rutas de entrega



Proceso de Sistema de monitoreo



Capítulo V

Conclusiones

- La investigación de fuentes bibliográficas ha sido fundamental para contextualizar y enriquecer nuestro entendimiento sobre las mejores prácticas en gestión de ventas y distribución comercial. La diversidad de perspectivas y enfoques encontrados en la literatura ha proporcionado una base sólida para la formulación de estrategias y la toma de decisiones informada.
- La aplicación de una metodología de investigación rigurosa permitió una evaluación detallada de los procesos de gestión de ventas en la empresa de cereales. La identificación de áreas de mejora y la comprensión profunda de las operaciones existentes sientan las bases para intervenciones estratégicas.
- Las soluciones propuestas, ancladas en un análisis sólido y apoyadas por el sistema técnico seleccionado, apuntan directamente a los desafíos identificados en la gestión de ventas y distribución. La viabilidad y aplicabilidad de estas soluciones se destacan como elementos clave para impulsar la eficiencia operativa y mejorar la satisfacción del cliente.



Recomendaciones

- Se recomienda mantener un programa continuo de investigación bibliográfica para estar al tanto de las últimas tendencias y mejores prácticas en gestión de ventas y distribución. Establecer una cultura organizacional que fomente la adaptabilidad y la búsqueda constante de conocimiento para mantenerse a la vanguardia en un entorno comercial en constante cambio.
- Se sugiere integrar tecnologías avanzadas de análisis de datos en los procesos de gestión de ventas. Implementar sistemas de seguimiento en tiempo real y análisis predictivo para identificar de manera proactiva posibles cuellos de botella en la distribución. Esto permitirá una toma de decisiones ágil y una optimización continua de los procesos.
- Se recomienda establecer un plan de implementación gradual de las soluciones propuestas, priorizando aquellas que tienen un impacto inmediato en la eficiencia operativa. Proporcionar capacitación continua al personal para garantizar una transición suave hacia nuevos sistemas y procesos. Además, establecer métricas clave de rendimiento para evaluar el éxito de las mejoras implementadas y realizar ajustes según sea necesario.



Muchas gracias

