



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Ingeniera en
Contabilidad y Auditoría CPA.**

TEMA:

“EL SISTEMA LOGÍSTICO DE INVENTARIOS COMO
ESTRATEGIA EMPRESARIAL EN LA EMPRESA REPUESTOS
UNIVERSALES PARA EL AÑO 2010”.

Autora:

Elizabeth Silvia Medina Andachi

Tutor

Ing. Mg. Alex de la Torre

Ambato- Ecuador

2011

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Ing. Mg. Alex de la Torre Dávalos C. C. 180085019-8 en mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación sobre el tema “EL SISTEMA LOGÍSTICO DE INVENTARIOS COMO ESTRATEGIA EMPRESARIAL EN LA EMPRESA REPUESTOS UNIVERSALES PARA EL AÑO 2010”, desarrollado por Elizabeth Silvia Medina Andachi, egresada de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, considero que dicho Trabajo de Graduación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de Trabajos de Graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por la Comisión de Calificador designada por el H. Consejo Directivo.

Ambato, Diciembre de 2011

EL TUTOR

Ing. Mg. Alex de la Torre Dávalos

C. C. 180085019-8

AUTORÍA DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

Yo, Elizabeth Silvia Medina Andachi, con C.I.# 1803518271, tengo a bien certificar que los criterios emitidos en el Trabajo de Graduación: “EL SISTEMA LOGÍSTICO DE INVENTARIOS COMO ESTRATEGIA EMPRESARIAL EN LA EMPRESA REPUESTOS UNIVERSALES PARA EL AÑO 2010”, como también los contenidos presentados, ideas, análisis, y síntesis son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autora de este Trabajo de Graduación.

Ambato, Diciembre del 2011

AUTORA

Elizabeth Silvia Medina Andachi
C.I.# 1803518271

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Graduación, sobre el tema: “EL SISTEMA LOGÍSTICO DE INVENTARIOS COMO ESTRATEGIA EMPRESARIAL EN LA EMPRESA REPUESTOS UNIVERSALES PARA EL AÑO 2010”, elaborado por Elizabeth Silvia Medina Andachi, egresada de la Facultad de Contabilidad y Auditoría, Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Diciembre del 2011

Para constancia firma

PROFESOR CALIFICADOR

PROFESOR CALIFICADOR

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

AGRADECIMIENTO

Un especial Agradecimiento a la Universidad Técnica de Ambato, por haberme abierto sus puertas y permitirme cultivar mi mente y mi espíritu por medio de mis maestros de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, en forma particular agradezco al Ing. Mg. Alex de la Torre Dávalos por compartir sus conocimientos y enseñanzas en la dirección del presente trabajo de investigación.

Silvia Medina

DEDICATORIA

A Dios y a mis padres por la vida, el amor, la comprensión, el esfuerzo, el apoyo constante y sobre todo por el aliento diario para salir adelante y culminar una etapa más de mi vida académica. A mis hermanos por motivarme a continuar mis estudios y permitirme ser un ejemplo para ellos.

A Luis Salinas, compañero fiel; quien con su apoyo moral me ha incentivado a terminar mi carrera.

A mis abuelitos quienes con su cariño infaltable fueron una fuente de sabiduría y experiencia para guiarme con sus consejos y enseñanzas.

Silvia

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Portada-----	i
Aprobación del Tutor-----	ii
Autoría del Trabajo de Graduación-----	iii
Aprobación del Tribunal de Grado-----	iv
Agradecimiento-----	v
Dedicatoria-----	vi
Índice General de Contenidos-----	vii
Índice de Figuras-----	x
Índice de Tablas-----	xi
Resumen Ejecutivo-----	xii
Introducción-----	1

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1	Tema-----	2
1.2	Planteamiento del problema-----	2
	1.2.1 Contextualización-----	3
	1.2.1.1 Contextualización Macro-----	3
	1.2.1.2 Contextualización Meso-----	5
	1.2.1.3 Contextualización Micro-----	6
	1.2.2 Análisis Crítico-----	7
	1.2.3 Prognosis-----	8
	1.2.4 Formulación del problema-----	8
	1.2.5 Interrogantes-----	9
	1.2.6 Delimitación del objeto de investigación-----	9
1.3	Justificación-----	10
1.4	Objetivos-----	11
	1.4.1 Objetivo General-----	11
	1.4.2 Objetivos Específicos-----	11

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1	Antecedentes investigativos-----	12
2.2	Fundamentación filosófica-----	15
2.3	Fundamentación legal-----	17
2.4	Categorías fundamentales-----	18
	2.4.1 Subordinación conceptual variable independiente-----	19
	2.4.2 Conceptualización de variable independiente-----	20
	2.4.3 Subordinación conceptual variable dependiente-----	29
	2.4.4 Conceptualización de la variable dependiente-----	30
2.5	Hipótesis-----	37
2.6	Señalamiento de variables-----	37
	2.6.1 Variable Independiente-----	37
	2.6.2 Variable Dependiente-----	37

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1	Modalidad básica de la investigación-----	38
3.2	Nivel o tipo de investigación-----	39
3.3	Población y muestra-----	40
3.4	Operacionalización de variables-----	43
	3.4.1 Operacionalización variable independiente-----	43
	3.4.2 Operacionalización variable dependiente-----	44
3.5	Plan de recolección de información-----	45
3.6	Plan de procesamiento de información-----	46

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

4.1	Encuesta al Personal Administrativo de Repuestos Universales-----	47
4.2	Encuesta a clientes de Repuestos Universales-----	57

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1	Conclusiones-----	71
5.2	Recomendaciones-----	72

CAPÍTULO VI
PROPUESTA

6.1	Datos informativos-----	73
6.2	Antecedentes de la propuesta-----	74
6.3	Justificación-----	74
6.4	Objetivo-----	75
	6.4.1 Objetivo General-----	75
	6.4.2 Objetivos Específicos-----	75
6.5	Análisis de Factibilidad-----	76
6.6	Recursos-----	76
	6.6.1 Recursos Humanos-----	76
	6.6.2 Recursos Materiales-----	76
6.7	Fundamentación -----	77
	6.7.1 Fundamentación organizacional-----	77
	6.7.2 Fundamentación contable-----	77
	6.7.3 Fundamentación científica-----	79
6.8	Metodología-----	85
6.9	Administración-----	86
6.10	Previsión de la evaluación-----	86
	Desarrollo de la propuesta-----	87
	Bibliografía-----	126
	Webgrafía-----	127
	Anexos	

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1	Árbol de problemas-----	7
Fig. 2	Categorías fundamentales-----	18
Fig. 3	Desglose conceptual de variable independiente-----	19
Fig. 4	Desglose conceptual de variable dependiente-----	29
Fig. 5	Pregunta 1-----	47
Fig. 6	Pregunta 2-----	48
Fig. 7	Pregunta 3-----	49
Fig. 8	Pregunta 4-----	50
Fig. 9	Pregunta 5-----	51
Fig. 10	Pregunta 6-----	52
Fig. 11	Pregunta 7-----	53
Fig. 12	Pregunta 8-----	54
Fig. 13	Pregunta 9-----	55
Fig. 14	Pregunta 10-----	56
Fig. 15	Pregunta 1-----	57
Fig. 16	Pregunta 2-----	58
Fig. 17	Pregunta 3-----	59
Fig. 18	Pregunta 4-----	60
Fig. 19	Pregunta 5-----	61
Fig. 20	Pregunta 6-----	62
Fig. 21	Pregunta 7-----	63
Fig. 22	Pregunta 8-----	64
Fig. 23	Pregunta 9-----	65
Fig. 24	Pregunta 10-----	66
Fig. 25	Regla de Decisión-----	70

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°1	Detalle de los informante de investigación-----	40
Tabla N°2	Operacionalización de variable independiente-----	43
Tabla N°3	Operacionalización de variable dependiente-----	44
Tabla N°4	Detalle del plan de recolección de información-----	45
Tabla N°5	Pregunta 1-----	47
Tabla N°6	Pregunta 2-----	48
Tabla N°7	Pregunta 3-----	49
Tabla N°8	Pregunta 4-----	50
Tabla N°9	Pregunta 5-----	51
Tabla N°10	Pregunta 6-----	52
Tabla N°11	Pregunta 7-----	53
Tabla N°12	Pregunta 8-----	54
Tabla N°13	Pregunta 9-----	55
Tabla N°14	Pregunta 10-----	56
Tabla N°15	Pregunta 1-----	57
Tabla N°16	Pregunta 2-----	58
Tabla N°17	Pregunta 3-----	59
Tabla N°18	Pregunta 4-----	60
Tabla N°19	Pregunta 5-----	61
Tabla N°20	Pregunta 6-----	62
Tabla N°21	Pregunta 7-----	63
Tabla N°22	Pregunta 8-----	64
Tabla N°23	Pregunta 9-----	65
Tabla N°24	Pregunta 10-----	66
Tabla N°25	Cálculo de frecuencia-----	67
Tabla N°26	Matriz de cruce de preguntas-----	68
Tabla N°27	Frecuencia observada-----	68
Tabla N°28	Ji cuadrado-----	68
Tabla N°29	Matriz de recursos humanos-----	76
Tabla N°30	Matriz de recursos materiales-----	76
Tabla N°31	Matriz de presupuesto opcional-----	77

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

TEMA: “EL SISTEMA LOGÍSTICO DE INVENTARIOS COMO ESTRATEGIA EMPRESARIAL EN LA EMPRESA REPUESTOS UNIVERSALES PARA EL AÑO 2010”.

Autor: Elizabeth Silvia Medina Andachi

Tutor: Ing. Mg. Alex de la Torre Dávalos

Ambato, 23 de Junio de 2011

RESUMEN EJECUTIVO

Hoy en día el tema de la logística es un asunto tan importante que las empresas implementen áreas específicas para su tratamiento, en la actualidad es un aspecto básico en la constante lucha por ser una empresa competitiva; por esta razón se investigó cómo afecta un inexistente sistema logístico de inventarios en el cumplimiento de las estrategias empresariales de Repuestos Universales, trazándonos como objetivo general Analizar el flujo de movimientos de repuestos automotrices para optimizar el manejo de recursos y su relación con el cumplimiento de las estrategias empresariales. La utilización de la investigación de campo nos permitió determinar la realidad del problema para estructurar adecuadamente los instrumentos de recolección de información que una vez tabulados y analizados se concluyó que las estrategias empresariales en Repuestos Universales no se cumplen debido a que el personal administrativo y operativo no tienen definido funciones para establecer responsabilidades por lo tanto se recomendó al Gerente-Propietario de Repuestos Universales la implementación de un departamento logístico para optimizar el flujo de repuestos automotrices importados, minimizar costos que afectan la rentabilidad de la empresa, mejorar la comunicación interna y externa y, mejorar la satisfacción al cliente.

INTRODUCCIÓN

El Sistema logístico determina y coordina en forma óptima el producto, el cliente, el lugar la adquisición y el transporte correcto, por lo tanto no es una actividad funcional sino un modelo, un marco referencial; no es una función operacional, sino un mecanismo de planificación, como estrategia empresarial para mejorar los procesos de comunicación y satisfacción al cliente en Repuestos Universales.

El presente trabajo de investigación realizado en Repuestos Universales consta de seis capítulos distribuidos de la siguiente manera: CAPITULO I denominado EL PROBLEMA, en el que luego de contextualizar el problema de estudio, se realiza un análisis crítico de la problemática, se justifica y se trazan los objetivos generales y específicos para la realización de la investigación.

CAPITULO II denominado MARCO TEÓRICO donde se realiza una investigación bibliográfica para contextualizar el Marco Teórico de acuerdo a las variables de estudio.

CAPITULO III denominado MARCO METODOLÓGICO, hace referencia al enfoque, nivel y tipo de investigación utilizado, se da a conocer la población de estudio para la recopilación de datos.

CAPITULO IV denominado ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS, una vez recogida la información se procede a tabular y graficar los resultados obtenidos para facilitar el análisis e interpretación de resultados y verificación de la hipótesis planteada.

CAPITULO V, denominado CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, CAPITULO VI PROPUESTA como una alternativa de solución al problema planteado. Se espera que el presente trabajo de investigación sirva como fuente y guía de consulta en la implementación de un Departamento Logístico.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 TEMA

El sistema logístico de inventarios como estrategia empresarial en la empresa Repuestos Universales para el año 2010.

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Repuestos universales comercializa en la actualidad productos altamente competitivos, sin embargo, no cuentan con la capacidad necesaria para integrar de forma eficiente estrategias logísticas para tener la mercadería importada a tiempo y de acuerdo a los requerimientos de los clientes. Esta falta de capacidad se debe en gran medida al sistema logístico de inventarios, dentro del cual la logística desempeña un papel decisivo.

Los repuestos para maquinaria pesada no son fabricados en el Ecuador, por esta razón es necesaria su importación. Estos repuestos están libres de barreras arancelarias. Con tan solo una llamada telefónica o llenar la forma de pedido en la página web de la empresa, ya está realizada la transacción, establecida la forma de pago que por lo general es de contado y mediante giro bancario; se escoge la forma de transporte pudiendo ser marítima con la que se ahorra costos por la cantidad que se transporta y tarda un mes en llegar a nuestro país desde Miami o, vía aérea para los repuestos emergentes teniendo en cuenta que los costos son más elevados debido a la limitación de peso y volumen de la carga.

Una vez en el Ecuador, los repuestos pasan por una revisión rigurosa en aduana. La mercadería importada debe esperar de 8 a 15 días laborables, dependiendo de la cantidad de repuestos importados para su verificación. Entre el pago de tributos y la salida de mercadería se tardan otros 15 días en el mejor de los casos. En muchas ocasiones el lento trámite burocrático implica que la mercadería permanezca más tiempo del previsto en las bodegas de aduana, consecuentemente se originan pagos extras por bodegaje no previstos ni calculados en la proforma entregada al cliente.

La mercadería importada es retirada de aduana por el propietario personalmente, verifica las facturas de origen y comprueba físicamente la cantidad para embarcarla y transportarla hacia Ambato; una vez en las bodegas de Repuestos Universales verifican que la mercadería no tenga daño alguno y se procede a apilar los cartones y embodegar sin control. Repuestos Universales cuenta con una persona que realiza las funciones de ayudante de ventas y de bodeguero, y es el encargado de ir a la bodega las veces necesarias por mercadería para la venta. En la bodega no se realiza ningún control para el ingreso o egreso de mercadería. El ayudante y de acuerdo al pedido de la proforma realizada y aprobada, llama al cliente para entregar el pedido.

1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN

1.2.1.1 Contextualización Macro

La realización de actividades de movimiento y almacenamiento de productos y mercaderías se remonta a los orígenes de la historia, durante la segunda guerra mundial ya estaba incluida en las actividades logísticas militares.

Los mercados en aquella época estaban en expansión. La producción era intensa y las ventas se potenciaban con el fin de absorberla.

Durante las dos décadas posteriores a la segunda guerra mundial se dieron unos cambios en las condiciones económicas y tecnológicas que favorecieron el desarrollo de la logística.

En efecto, los movimientos demográficos proporcionaron la ampliación de las cadenas de distribución, los costes aumentaron, y como consecuencia de una mayor demanda de los productos, también se incrementaron los costes de almacenamiento y de transporte, y tomaron relevancia aspectos ligados a la logística, tales como la distribución, la gestión de inventarios.

Según El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO) que dirige Jorge Newell ha señalado en múltiples foros que el costo de los servicios portuarios en México es caro comparativamente con los de otros países, restándole competitividad al comercio exterior, en un análisis a detalle, si sumamos todos los costos que tienen que ver estrictamente con la operación portuaria (atraque, remolcador, pilotaje, amarre y desamarre, muellaje, recepción y despacho) estos están a la par o ligeramente por debajo de algunos puertos internacionales.

Un ejemplo es la realización de los llamados “previos”, estas revisiones físicas a la carga contenerizada que hacen los agentes aduanales para verificar que las mercancías contenidas en el interior de los contenedores, corresponden con las declaradas en los pedimentos de importación. Los previos llegan a generar costos adicionales que por el uso de servicios de grúa y traslado en patios de la terminal portuaria para realizar la inspección física del contenido.

Aunque los previos ya han venido a menos, por el establecimiento de criterios de confiabilidad entre los grandes importadores, estos siguen afectando a pequeños y medianos importadores de países como Centroamérica, Colombia, Venezuela, Ecuador, Perú y Asia, entre otras. Otro de los elementos que incide en los costos logísticos es el almacenaje que algunos

importadores hacen en puerto, el cual es un servicio sumamente caro. Por la ley de Aduanas, los importadores gozan de cinco días libres de cargo para retirar sus mercancías del puerto. Esta medida es buena por una parte porque incentiva a sacar rápido la carga para no generar cargos.

Sin embargo, en la práctica el promedio de estadía de la carga en puerto anda en ocho días, lo que quiere decir que hay embarques que llegan a estar 12 o 13 días en el puerto, generando costos de almacenaje altos que inciden en el costo logístico total.

1.2.1.2 Contextualización Meso

La situación económica debilitada a consecuencia de la guerra fue el inicio de la función logística empresarial. La función logística ha dado respuesta a esta necesidad de ver las operaciones de la cadena logística entre cliente y proveedor de una forma horizontal e integradora.

Paralelamente, aumentaron las modalidades y variantes tecnológicas de los servicios de transporte, la variedad de productos repercutía en la gestión de inventarios y en su manipulación.

La incorporación de la logística al mundo empresarial era moderada, ya que se demostraba más interés por obtener ingresos que por controlar los costes.

El embargo del petróleo y el incremento de sus precios en el seno de la OPEP, junto con la apatía de los mercados, el descenso de la productividad y los elevados índices de inflación, impulsaron la búsqueda de una optimización en la gestión de los recursos. Es entonces cuando aparece la logística integrada, que alcanza hasta la propia gestión de las mercaderías, además de su distribución, y permite incrementos de competitividad mejores gracias a una mejor eficacia en el flujo de los productos y de la información.

Esta es la línea que impera actualmente, en la que la logística empresarial tiene un gran protagonismo. El sistema logístico en el Ecuador no ha tenido cabida en las empresas debido a que en nuestro país los pequeños negocios crecieron sin planificación. El Propietario del negocio no se capacitó contablemente para administrar sus inventarios y optimizar recursos; exponiendo a su empresa a riesgos que sin darse cuenta se reflejarán en la rentabilidad de su empresa.

1.2.1.3 Contextualización Micro

Repuestos Universales es una empresa dedicada desde 1988 a la importación de repuestos de maquinaria pesada, equipo caminero y elaboración de mangueras de presión; importados directamente desde la empresa estadounidense CATERPILLAR (CAT); goza de prestigio a nivel de centro del país siendo una de sus fortalezas la venta de repuestos para maquinaria pesada con instituciones públicas del país.

La adquisición de repuestos automotrices para maquinaria pesada y equipo caminero está estrechamente vinculada con las necesidades de los clientes y la realización de las ventas de mercancías anteriormente adquiridas. El no tener en cuenta estos elementos conduce a la adquisición de mercaderías que luego no tienen salida y hacen crecer los inventarios, provocando deterioros, vencimientos por lo que se pierde parte de la inversión realizada. Crecen también los costos de oportunidad y mantenimiento del stock asociados al almacenamiento, creando insatisfacción al cliente, al no recibir los productos deseados con la calidad y en la cantidad requerida en el momento oportuno.

Imposibilidad de contar con la suficiente liquidez que permita la compra directa y al contado para ser beneficiaria de descuentos, promociones con la comercializadora en el exterior.

1.2.2 Análisis crítico

1.2.2.1 Árbol de problemas

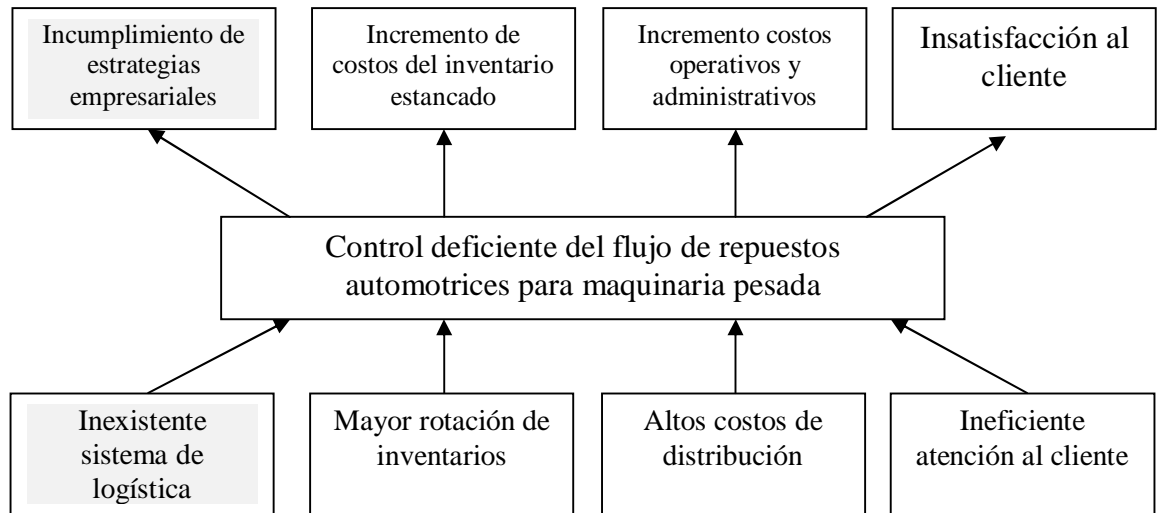


Fig. 1 Árbol de problemas
Elaborado por: Silvia Medina

La logística juega un papel preponderante en los resultados de la empresa, puesto a través de las herramientas contables se logra un mejor control y manejo de las función de la organización que abarca el flujo material, financiero y de información asociado al movimiento de los recursos materiales, partiendo de la entrega con calidad y justo a tiempo, desde los proveedores hasta los clientes.

La logística es una poderosa herramienta gerencial y tiene un profundo efecto en la rentabilidad al permitir que las empresas maximicen los beneficios. Esto sólo se puede lograr integrando y realizando de forma eficiente todos los aspectos de su operación. El apoyo efectivo de la dirección en este sistema puede sustancialmente reducir costos, mejorar el servicio a los clientes y aumentar las ventas. Los directivos deben fijar una estrategia que concilie los deseos reales de su clientela y los costos correspondientes para lograr

utilidades razonables que beneficien a la empresa y permitan su crecimiento racional y competitivo.

Los problemas por el inexistente sistema logístico están presentes en Repuestos Universales, y la observación directa realizada con antelación demostró que poseen excesos de inventario, así como productos y servicios que ofrecen no satisfacen completamente las necesidades de sus clientes.

1.2.3 Prognosis

De no implementar un sistema logístico de inventarios para cumplir las estrategias empresariales de Repuestos Universales se perderá su posición en el mercado local y sus clientes; se afectará su rentabilidad y elevará peligrosamente su iliquidez llevándolo a la quiebra.

De no implementar un sistema de logística de inventarios en Repuestos Universales, se pondría en desventaja al no permitirles afianzar la cadena de abastecimiento para llevar las mercaderías necesarias al lugar correspondiente, en el momento oportuno. Un sistema de logística reduce los costos de mantener inventarios, ayuda a prestar mejor servicio al cliente y reduce las inversiones de capital, una vez definidos los precios, la posibilidad de maximizar las utilidades en el negocio para los proveedores, distribuidores y consumidores viene dada por los ajustes en los costos de operación, y es preciso un manejo eficiente de la cantidad y variedad de productos disponibles es decir que la Administración de Inventarios es una de las claves para el éxito del negocio, generando ahorro en los costos para toda la cadena y permite a cada uno de los integrantes maximizar sus beneficios.

1.2.4 Formulación del problema

¿Cómo afecta un inexistente sistema logístico de inventarios en el cumplimiento de las estrategias empresariales de Repuestos Universales?

1.2.5 Interrogantes

¿Es el sistema logístico de inventarios una herramienta contable que ayuda al control interno de una empresa?

¿Los sistemas logísticos de inventarios favorecen la competitividad de la empresa?

¿Qué elementos debe requerir una empresa para implementar un sistema logístico de inventarios?

¿Ayuda el sistema logístico de inventarios al control interno para la toma de decisiones de una empresa?

¿Los altos costos de distribución afectan los costos operativos y administrativos de la empresa?

1.2.6 Delimitación del objeto de investigación

DE CONTENIDO

Campo: Contabilidad
Área: Contabilidad Costos
Aspecto: Sistema Logístico de Inventarios

ESPACIAL:

Repuestos Universales. Dirección: Ambato. Avenida González Suárez 4-24 sobre el puente a desnivel de la Avenida Cevallos. Teléfonos: 032826142 - Cel: 098352055. Representante: Sr. José Silva.

TEMPORAL:

El tiempo del problema es del primer semestre del 2010 y la investigación será de Octubre a Diciembre del 2010.

1.3 JUSTIFICACIÓN

La inexistencia de un sistema logístico de inventarios es motivo de preocupación en mi persona como futura Auditora por el desfase de la entrega de información contable oportuna y confiable que incide en la atención al cliente y en el propietario de Repuestos Universales que se siente alarmado por el estancamiento de su inventario debido a la elevación de los gastos para la empresa que incrementan los costos finales de entrega de mercadería importada. Es de **importancia** para todos los propietarios de empresas que surgen constantemente en la Provincia del Tungurahua, una provincia emprendedora y pujante con un creciente número de empresas que están en constante crecimiento.

El presente tema de investigación toma **interés** porque permitirá conocer que la implementación de un sistema logístico de inventarios es vital para cualquier tipo de empresa sin distinción de tamaño y actividad económica, porque ya que se accederá a un eficiente control de inventarios que permita realizar inversiones acertadas manteniendo un margen adecuado de liquidez y rentabilidad.

El **beneficiario** directo de este trabajo será el Sr. José Silva, propietario de Repuestos Universales porque asegurará su inversión y su inmediata transformación en dinero que permitirá continuar con el flujo comercial, los Contadores porque contribuirán al adecuado manejo contable, registro económico de acuerdo a las normas y procedimientos generalmente aceptados para que los directivos tomen decisiones para corregir u orientar de mejor manera sus políticas comerciales y, los clientes que se sentirán satisfechos por la atención recibida, los precios competitivos y al tiempo requerido.

Es **factible** de realización porque se cuenta con apoyo de Repuestos Universales y de su propietario Sr. José Silva, quien colaborará y proporcionará la información necesaria para tratar el problema y sugerir una solución viable y ejecutable para su empresa. Con este trabajo investigativo se pretende recomendar a las futuras generaciones de estudiantes de Contabilidad y Auditoría para que sugieran la implementación de un sistema logístico de inventarios en las empresas donde laboren.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 General

Analizar el flujo de movimientos de repuestos automotrices para optimizar el manejo de recursos y su relación con el cumplimiento de las estrategias empresariales de Repuestos Universales.

1.4.2 Específicos

- Determinar las fases del sistema logístico de inventarios para determinar políticas y procedimientos a sugerir.
- Analizar las estrategias empresariales y relacionar con las ventajas del manejo de un sistema logístico de inventarios.
- Proponer la implantación de un departamento logístico de inventarios en la empresa Repuestos Universales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

De acuerdo a las investigaciones realizadas en la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato, se ha encontrado trabajos investigativos relacionados al presente tema.

Según Lic. María Alexandra Falcones Vera, “Optimización de los procesos de Logística de la empresa T.O.R. División plásticos”, 2005, donde se concluye que:

- El departamento de logística de la empresa, es el área que brinda apoyo a la entidad en lo que respecta únicamente al control y manejo de los inventarios y distribución de los productos fabricados por la misma.
- El direccionamiento estratégico analizado, los suministros las expectativas internas y externas de la empresa, el cual nos orienta sobre las estrategias a seguir para la corrección de errores en el área de logística.
- No se mantiene una definición de funciones para la realización de las actividades, lo cual no permite el establecimiento de responsabilidades por causas de pérdidas, disfunciones, omisiones, negligencias.

- El personal de logística necesita una mayor preparación y capacitación para que pueda cumplir con conocimientos y responsabilidades sus funciones dentro de la empresa.

Según Lic. Carmen Graciela Guerrero Chicaiza, “Sistema de Logística para la industria textil GAMATEX”, 2005, donde se concluye que:

- Un adecuado sistema logística permitirá optimizar recursos que se traducirán en la obtención de productos finales a costes reales y a precios competitivos.
- La implementación del sistema de logística permitirá disponer de información que sirva para determinar un nuevo pedido, en cantidades y volúmenes.
- La aplicación de la logística obliga al empresario a reestructurar su organización.
- Presentando la propuesta de la logística para la empresa, su implantación y ejecución tendrá beneficios directos, tanto para los accionistas, como para los trabajadores y proveedores.
- Debido a que la industria no cuenta con la información suficiente sobre sus proveedores y no ha realizado ningún seguimiento sobre sus necesidades y expectativas, entonces se hace indispensable la aplicación de un estudio de la demanda y oferta que nos permita cubrir este vacío.
- La aplicación del costo de producción va a permitir controlar mejor los elementos del costo, logrando con esto una reducción de los mismos para poder enfrentar a la competencia con precios más bajos.

- El mantenimiento de inventarios excesivos implica un alto costo que al ser disminuido mejorara la inversión, siendo necesario que los niveles de inventarios que mantiene la industria sean mínimos pero eficientes.

Según Lic. Laura Sisa, “Logística De Inventarios Aplicados A Electro Servicios Romero Hermanos”, 2004, donde se concluye que:

- En ROMEROS HNOS. no existe los niveles jerárquicos requeridos que permitan identificar con exactitud los niveles de autoridad necesarios para la toma de decisiones adecuadas y oportunas.
- La falta de procedimientos en el control de inventarios y la falta de información hace que se produzca grandes pérdidas económicas y de tiempo, incurriendo en altos costos de conservación de los productos.
- “No se realiza una evaluación técnica de los proveedores que no ofrecen las mejores condiciones de calidad, precio y negociación incurriendo así en altos costos de adquisición”.
- No se dispone de un manual de contabilidad que sistematice y ordene las transacciones, pues existe mucha limitación lo que hace más difícil el adecuado manejo y control de los inventarios.

Según Lic. Fanny Alexandra Medina, “Diseño De Un Sistema De Logística Para El Comisariato Marcelito En Santo Domingo De Los Colorados”, 2002, donde se concluye que:

- “La logística desempeña un papel crucial en las empresas ecuatorianas para lograr una permanencia en el mercado, por ello este tema debe ser tratado en forma indistintamente de acuerdo a las características de cada empresa”.

- Los rápidos cambios en el abastecimiento con ciclos de abundancia y escasez, variaciones en los precios y disponibilidades constituye un reto permanente para la logística en las empresas que se desean conseguir una máxima gestión racional de las compras.
- La logística pretende alcanzar el éxito en la empresa comercial, creada para ofrecer una combinación razonable de la cantidad, calidad, la oportunidad y el costo de los productos que se vende.
- La falta de una disciplina administrativa y un control da lugar a que se dificulte la labor logística, lo que conlleva a producir pérdidas ya sean cuantitativas o cualitativas que no encaminan a un crecimiento del negocio.
- Debido a la limitada información referente al tema de logística en la parte conceptual, práctica y considerando que es un tema a nivel gerencial y por la poca experiencia en el país, esta tesis servirá como punto de referencia para futuras investigaciones.
- Por la falta de información estadística en la empresa resulta difícil conocer el comportamiento de la demanda a través de una proyección de ventas para el año siguiente, ya que solo se posee datos históricos de hace dos años.

2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

Según Thomas Kuhn (1972) Paradigma es el conjunto de prácticas que definen una disciplina científica durante un período específico de tiempo.

El presente trabajo de investigación que se propone se desarrollará en base al paradigma Crítico Propositivo porque tiene como finalidad estudiar, comprender e interpretar un problema real, así como los significados de las

actuaciones de las personas, sus conocimientos, intenciones y acciones ya que en su naturaleza existen múltiples realidades construidas, interrelacionadas y dependientes de las demás, dándoles soluciones para mejorar la calidad de vida del hombre ya que están en constante desarrollo.

El análisis lógico de Repuestos Universales estará orientado al descubrimiento exploratorio, expansionista, descriptivo e inductivo.

La realidad de Repuestos Universales tendrá una visión dinámica construida en la diferencia del pensamiento de los individuos que forman la empresa.

En la investigación se aplicará una metodología cualitativa que permitirá determinar la relación teórico-práctico, concibiéndola como un proceso de retroalimentación permanentemente y mutuo entre el sujeto y el objeto de investigación ya que la investigación no es un proceso estático si no una acción; es una oportunidad de formación para la población.

Este paradigma también es una ciencia conceptuada como un conjunto de conocimientos dirigidos a la transformación social y a una mejor calidad de vida del ser humano, defendiendo la práctica de valores que ayudan a la solidaridad humana y a la equidad por las diferencias sociales y culturales que pueden aun existir en nuestro medio.

En la investigación se aplicarán criterios de calidad con fines de credibilidad, confirmación y transferibilidad, que permitan aplicar técnicas e instrumentos de investigación cualitativas que facilitarán el análisis de datos para poder sugerir soluciones que beneficien en todos los aspectos al desarrollo empresarial de Repuestos Universales.

2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Normas Ecuatorianas de Contabilidad 11

Esta Norma, ha sido desarrollada con referencia a la Norma Internacional de Contabilidad NIC 2 fue varias veces modificada hasta su revisión de diciembre del 2003¹

El objetivo de esta Norma es prescribir o señalar el tratamiento contable para inventarios bajo el sistema de costo histórico. Un tema primordial en la contabilidad de inventarios es la cantidad de costo que ha de ser reconocida como un activo y mantenida en los registros hasta que los ingresos relacionados sean reconocidos. Esta Norma proporciona guías prácticas sobre la determinación del costo y su subsecuente reconocimiento como un gasto, incluyendo cualquier disminución a su valor neto de realización.

Normas Internacionales de Contabilidad NIC 2

El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable de las existencias. Un tema fundamental en la contabilidad de las existencias es la cantidad de coste que debe reconocerse como un activo, y ser diferido hasta que los correspondientes ingresos ordinarios sean reconocidos. Esta Norma suministra una guía práctica para la determinación de ese coste, así como para el posterior reconocimiento como un gasto del ejercicio, incluyendo también cualquier deterioro que rebaje el importe en libros al valor neto realizable. También suministra directrices sobre las fórmulas de coste que se utilizan para atribuir costes a las existencias².

¹ <http://www.ccsuc.com.ec/files/Informe%20NIIF%20NIC%20vs.%20NEC.pdf>

² <http://www.normasinternacionalesdecontabilidad.es/nic/pdf/NIC02.pdf>

2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES

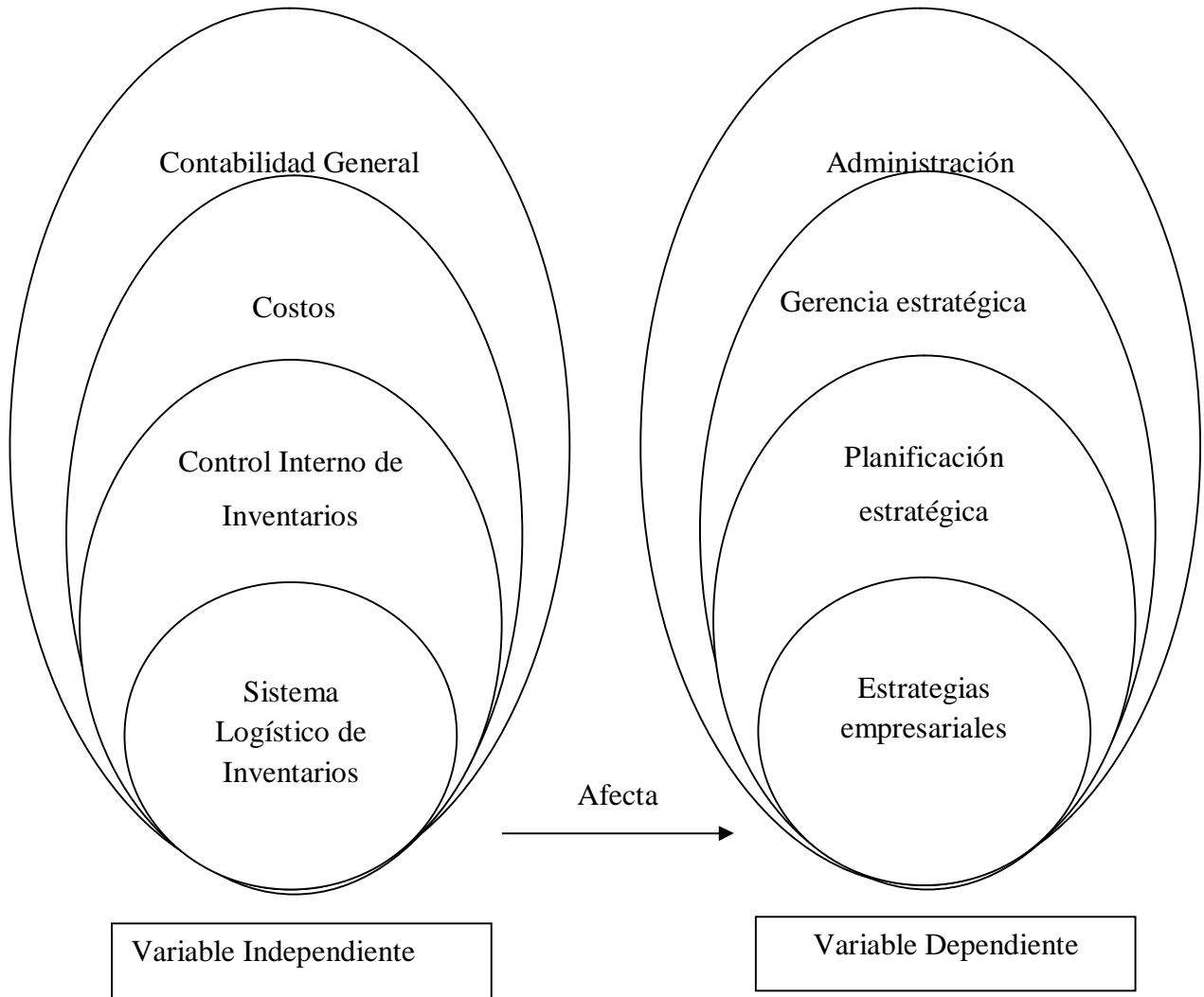


Fig. 2 Categorías Fundamentales
Elaborado por: Silvia Medina

2.4.1 Subordinación conceptual de la Variable Independiente

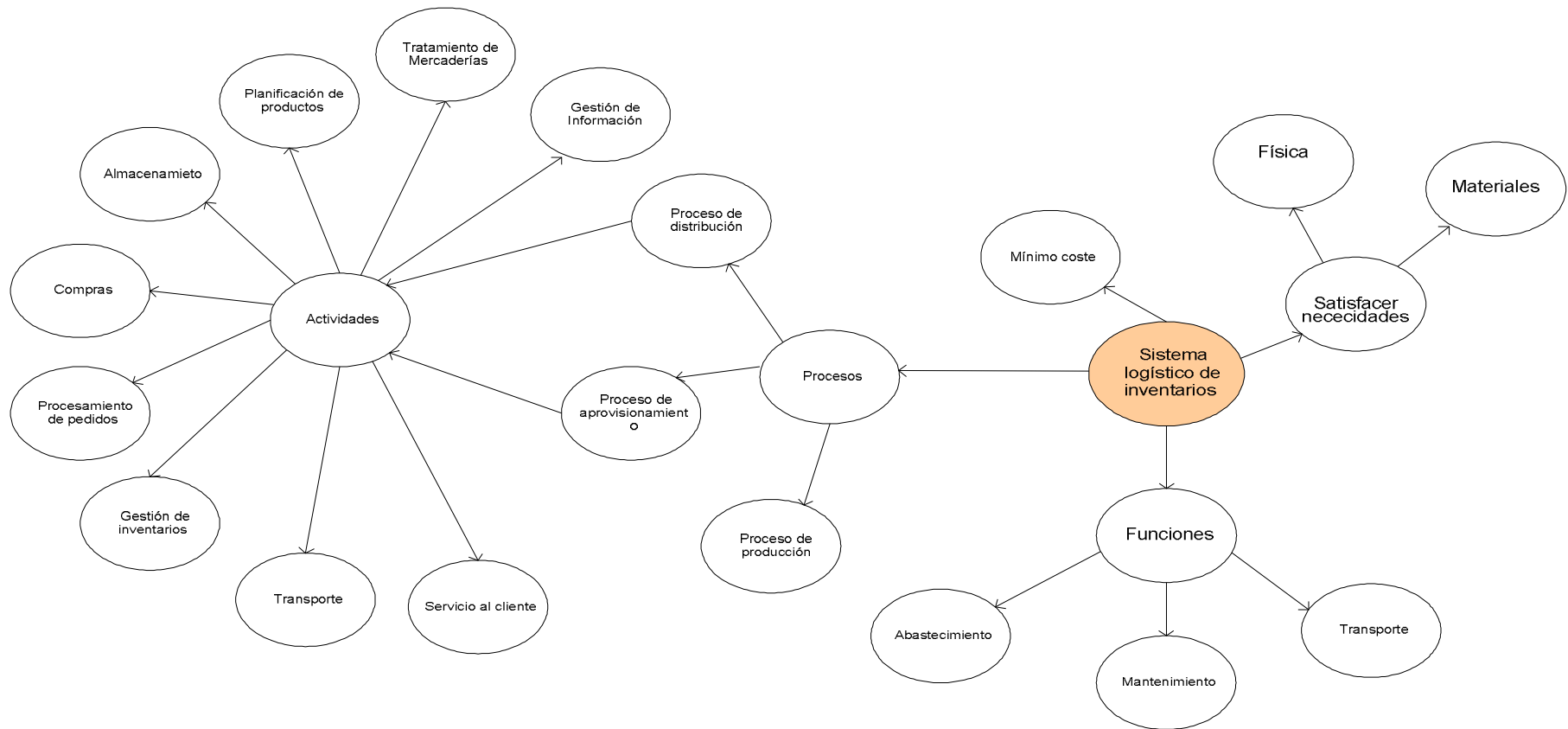


Fig. 3 Desglose conceptual de la variable independiente
Elaborado por: Silvia Medina

2.4.2 Conceptualización de la Variable Independiente

CONTABILIDAD GENERAL

En relación a la Contabilidad General, **según Mercedes Bravo Valdivieso (2002).** *Contabilidad General*. Es la ciencia el arte y la técnica que permite el registro, clasificación, análisis e interpretación de las transacciones que se realiza en una empresa con el objeto de conocer su situación económica y financiera al término de un ejercicio económico o periodo contable, “se puede conceptualizar a la Contabilidad como un campo especializado de las ciencias administrativas, que se sustenta en el principio y procedimientos generalmente aceptados, destinados a cumplir con los objetivos de análisis; registro y control de las transacciones en operaciones realizadas por una empresa o institución en funcionamiento, con las finalidades de informar e interpretar la situación económica y financiera y los resultados operacionales alcanzados en cada periodo o ejercicio contable, durante toda la existencia permanente de la entidad”.

La contabilidad es la esencia misma de analizar, controlar y registrar cada una de las transacciones comerciales, financieras y de servicios de una empresa, la información que precisa la contabilidad debe ser entregada de forma oportuna, detallada y veraz para la toma de decisiones.

CONTABILIDAD DE COSTOS

Según Carmita Ubidia Tabia (2001). *Contabilidad General*. La Contabilidad de Costos es una rama especializada de la contabilidad general, es el arte o técnica que permite el análisis, clasificación, registro, control e interpretación de los costos utilizados en la empresa; por lo tanto, es la aplicación de los principios contables, determina el costo de la materia prima, mano de obra y costos indirectos de fabricación que intervienen para la elaboración de un producto o la prestación de servicios y con base en dicha

información, tomar decisiones adecuadas relacionadas con planeación y el control de los mismos.

La Contabilidad de Costos determina los costos que una empresa, basándose en los principios de Contabilidad Generalmente Aceptados y tomando en cuenta gastos en los que se incurrió para la elaboración de un producto y/o prestación de servicios; en base a los mismos establecer metas y estrategias.

CONTROL INTERNO DE INVENTARIOS

Según Francisco Chonlvis (2002) en su *Diccionario de terminología de la Contabilidad y otras voces*. El Control Interno de Inventarios comprende el plan de organización y todos los métodos y medidas adoptados en una empresa para salvaguardar sus mercaderías, verificar la exactitud y seguridad de los datos de los inventarios, desarrollar la eficacia de las operaciones y fomentar la adhesión a la política administrativa prescripta.

El control interno de inventarios se relaciona con las políticas y procedimientos diseñados por la empresa con el fin de impedir: La sustracción de los productos, embarques no autorizados, recuentos falsos para cubrir faltantes, adulteración de requisiciones de materiales, valorización incorrecta de inventarios.

El control interno de inventarios supervisa las fases que debe cumplir la empresa para controlar sus inventarios como estrategia empresarial para cumplir sus metas a corto y largo plazo.

SISTEMA DE LOGÍSTICA

Según Rubén Darío Muñoz Z, Luis Aníbal Mora G, (2002) en su *Diccionario de Logística y negocios internacionales* la planificación y coordinación de los aspectos del movimiento físico de las operaciones en una

empresa, de manera tal que el flujo de materiales, partes y mercancías terminadas, sea logrado de una forma que minimice los costos totales, para los niveles de servicio deseado.

La Logística es el proceso de proyectar, implementar y controlar un flujo de materia prima, inventario en proceso, productos terminados e información relacionada desde el punto de origen hasta el punto de consumo de una forma eficiente y lo más económica posible con el propósito de cumplir con los requerimientos del cliente final.

La logística proporciona a la empresa los lineamientos adecuados para optimizar recursos y bajar costos para ser competitivos y brindar buen servicios al cliente.

PROCESOS

DE DISTRIBUCIÓN

Según César Marthasns (2005). En su enciclopedia de logística empresarial. Engloba todas aquellas actividades que realizan los distribuidores y no los fabricantes, está relacionada con las actividades logísticas que realizan los puntos de venta y minoristas.

Los procesos de distribución priorizan las actividades de los puntos de venta al consumidor final.

DE APROVISIONAMIENTO

Según César Marthasns (2005). En su enciclopedia de logística empresarial. El proceso de aprovisionamiento consiste en poner a disposición de la empresa los bienes o servicios necesarios que garanticen la actividad empresarial.

Aprovisionar implica una previsión de las necesidades del resto de operaciones en la empresa, comporta una planificación temporal de éstas, conjuntamente a una búsqueda-análisis de mercado con el fin de conseguir los productos-servicios necesarios.

La logística de aprovisionamiento es un sistema de operaciones encargado de poner a disposición de la empresa todos los materiales y productos que sean necesarios para el correcto funcionamiento de la misma procurando óptimas condiciones de calidad, cantidad y costos, en tiempo y lugar preciso y desarrollando los objetivos que la dirección de la empresa haya determinado

DE PRODUCCIÓN

Según César Marthasns (2005). En su enciclopedia de logística empresarial. Transforma los materiales, efectúa el ensamble de las piezas y los elementos, almacena los productos terminados y los coloca a disposición del proceso de distribución.

Son las etapas de producción que abarca la elaboración de un producto para su distribución en el mercado.

ACTIVIDADES

GESTIÓN DE INFORMACIÓN

Según August Casanova (2000). En su libro logística empresarial. El éxito de la logística está en sustituir los inventarios por información con el objetivo de lograr la satisfacción del cliente. La inversión logística debe invertir en tecnología de la información.

Los inventarios es un proceso desequilibrado con un alto costo; la administración de la información mejora el funcionamiento logístico. Se cree

que al mejorar el contenido y velocidad de la comunicación se reducen tiempos rectores e incrementa la flexibilidad y sensibilidad de la organización ante demandas.

La gestión de Información, está constituida por un conjunto de datos y registros interrelacionados que brindan información logística esencial para la toma de decisiones.

TRATAMIENTO DE LAS MERCANCIAS

Según August Casanova (2000). En su libro logística empresarial. El tratamiento de las mercancías implica la selección del equipo de manipulación y el detalle de los procedimientos de preparación de los pedidos y de la devolución de los productos defectuosos.

El área de logística figuraría actividades escalonadas como el transporte, el almacenamiento, la gestión de inventarios, la manipulación de mercancías y el establecimiento del ciclo para el cumplimiento de los pedidos, todas ellas añadiendo valor tiempo o espacio al producto o servicio. Puede apreciarse que también se han relacionado unas actividades comunes entre la logística y cada una de las unidades de producción y comercialización, que corresponden a tareas para las que hasta ahora no existía una organización que las pudiera encuadrar de forma exhaustiva y que a la vez las gestionase con eficacia, ya que para ello se precisa la cooperación de las unidades funcionales adyacentes.

PLANIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Según August Casanova (2000). En su libro logística empresarial. La planificación del producto es una actividad que añade valor tiempo al producto.

ALMACENAMIENTO

Según August Casanova (2000). En su libro logística empresarial. El almacenamiento comporta las decisiones asociadas tales como la determinación del espacio requerido, el diseño y la configuración de los almacenes y la disposición de los productos en su interior.

El almacenamiento propone minimizar las inversiones de inventario para minimizar costos en todos los sentidos ya sea estos en el ritmo de consumo, capacidad de compra, carácter perecedero de las mercaderías, tiempo de respuesta de nuestros proveedores, la capacidad de las instalaciones para almacenamiento, los recursos para financiar el inventario, los costos asociados al mismo y sus riesgos.

COMPRA

Según August Casanova (2000). En su libro logística empresarial. Por medio de las compras se seleccionan las fuentes, se determinan las cantidades que es necesario adquirir, el momento de efectuar las adquisiciones y la planificación de productos.

La Actividad de compras es una actividad para dinamizar la rotación de productos. Requiere de la planeación de requerimientos, identificación de proveedores, negociación, colocación de órdenes.

PROCESAMIENTO DE PEDIDOS

Según August Casanova (2000). En su libro logística empresarial. El procesamiento de pedidos es la actividad que origina el movimiento de los productos y realización de los servicios solicitados tiene una gran incidencia en el tiempo de ciclo del pedido.

GESTIÓN DE INVENTARIOS

Según August Casanova (2000). En su libro logística empresarial. La gestión de inventarios tiene como objetivo principal proporcionar la disponibilidad requerida de los productos que solicita la demanda.

Controla el flujo de la mercadería desde la fuente hasta situarla en el punto de venta a la máxima rapidez a mínimo costos operacionales y a lo que el cliente requiere.

TRANSPORTE

Según August Casanova (2000). En su libro logística empresarial. Resulta indispensable en cualquier empresa para poder trasladar los materiales o productos propios, así como los productos finales a los cuales aporta valor situación.

El transporte consistente en que la mercadería se encuentre en los muelles para su carga hasta que la mercadería llegue al lugar de destino correspondiente tomando en cuenta seguridad, servicio y costo.

SERVICIO AL CLIENTE

Según August Casanova (2000). En su libro logística empresarial. Establece el nivel y la calidad de respuestas que deben tener todas las actividades de la cadena de logística.

Es una estrategia empresarial que algunas empresas la están aplicando en la actualidad ya que si la empresa no satisface las necesidades y deseos de sus clientes tendrá una existencia muy corta. Todos los esfuerzos deben estar orientados hacia el cliente, porque él es el verdadero impulsor de todas las actividades de la empresa.

SATISFACER NECESIDADES

NECESIDADES FÍSICAS

Según Philip Kotler y Gary Armstrong (1999), en su diccionario enciclopédico. Las necesidades físicas básicas son de alimentos, ropa, calor y seguridad; necesidades sociales de pertenencia y afecto, y necesidades individuales de conocimiento y autoexpresión. Estas necesidades son un componente básico del ser humano.

Las necesidades físicas son primordiales o las más necesarias que el ser humano necesita para poder vivir.

NECESIDADES MATERIALES

Según Philip Kotler y Gary Armstrong (1999), En su diccionario enciclopédico, Las necesidades materiales son también conocidas como suntuarias o de imagen y dependen de la posición social y económica (joyas, viajes de turismo)

Las necesidades materiales son suntuarias o secundarias ya que no son tan necesarias para el ser humano sino son utilizadas para sentirse bien consigo mismo.

FUNCIÓN DE ABASTECIMIENTO

La función de abastecimiento asegura la comunicación con los proveedores, o almacenes reguladores, de tal manera que compartan la planificación de pedido prevista a medio plazo y puedan anticipar los cambios de tendencias (gestión compartida del abastecimiento). En algunas organizaciones son directamente los proveedores que realizan el abastecimiento del stock de sus clientes según acuerdos y políticas de stock preestablecidos.

Función de Mantenimiento

Los buenos hábitos de mantenimiento conducen a identificar los problemas con rapidez para prevenirlos y ahorrar tiempo si se organizan de modo que sea fácil de encontrarlas.

Este proceso tiene por objetivo evitar la paralización de los servicios que presta la organización y consiste en realizar acciones destinadas a conservar en óptimo estado los equipos, instalaciones, materiales y bienes que posee la entidad.

Función de transporte

Incluye movimientos hacia la empresa o dentro de ella, la distribución física hacia los clientes, buscando un menor costo, rapidez de entrega y calidad en el servicio.

Es el conjunto de actividades de naturaleza técnico - administrativa en que se cierra el círculo, y permite la satisfacción de las necesidades del usuario con la entrega de los bienes o servicios solicitados.

Mínimo coste

La logística cuenta con elementos de comunicación para procesar órdenes de compra, informar sobre la mercadería solicitada o los medios de transporte a utilizar, los centros del almacenaje y la coordinación de una secuencia de recursos para la entrega oportuna de mercaderías reduciendo costos innecesarios a través de procedimientos rápidos y flexibles.

2.4.3 subordinación conceptual de la variable dependiente

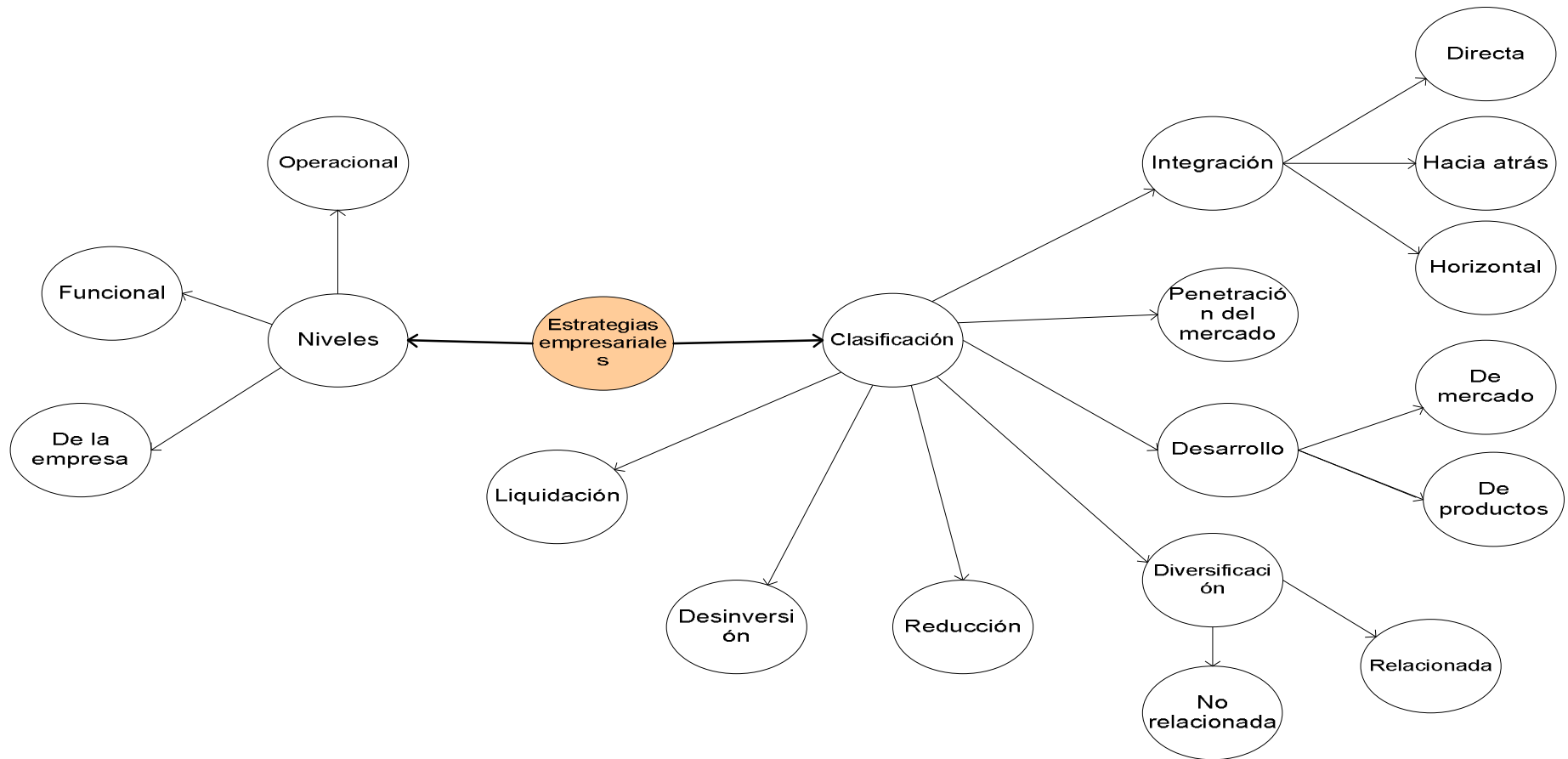


Fig. 4 Desglose conceptual de la variable dependiente
Elaborado por: Silvia Medina

2.4.4 Conceptualización de la Variable Dependiente

ADMINISTRACIÓN

Según Jorge R Terry (2005). *En Principio de administración Logística Empresarial.* Es el desempeño para conseguir y lograr los resultados deseados por medios de los esfuerzos de un grupo que consiste en la utilización del talento humano y los recursos, es la satisfacción de las necesidades económicas y sociales siendo productivas para el ser humano para la economía y para la sociedad, es un procesos distintivo que consiste en planear, organizar, ejecutar y contralar desempeñando para determinar y lograr los objetivos manifestados mediante el uso de los seres humanos y otros recursos

Administración es una herramienta clave en la empresa relacionada con el talento humano y el económico orientado a cumplir los objetivos planteados por la empresa.

GERENCIA ESTRATÉGICA (gerencia alta)

Según Carlos Gispert (2003). *En su Diccionario de administración y Finanzas Alto nivel de jerarquía administrativa.* Los ejecutivos que desempeñan, estas tareas coordinan el trabajo de otros ejecutivos, pero no dependen a su vez de otros.

Es un proceso que permite a una organización ser proactiva en vez de reactiva en la formulación de su futuro. Es la formulación, ejecución y evaluación de acciones que permiten que una organización logre sus objetivos. La formulación de estrategias incluye la identificación de las debilidades y fortalezas internas de una organización, la determinación de las amenazas y oportunidades externas de una firma, el establecimiento de misiones de la industria, la fijación de los objetivos, el desarrollo de las

estrategias, alternativas, el análisis de dichas alternativas y la decisión de cuales escoger. La ejecución de estrategias requiere que la firma establezca metas, diseñe políticas, motive a sus empleados y asigne recursos de tal manera que las estrategias formuladas puedan ser llevadas a cabo en forma exitosa. La evaluación de estrategias comprueba los resultados de la ejecución y formulación.

PLAN ESTRATÉGICO

Según Carlos Gispert, (2003). Tipo básico de planificación por el cual una empresa formula sus objetivos a largo plazo y selecciona los medios para alcanzar dichos fines. Procesos distintivos que consiste en planear, organizar, ejecutar y contralar

Planificación Estratégica, como un recurso conceptual metodológico que les permita definir sus principales objetivos de mediano y largo plazo y, diseñar las mejores estrategias generales posibles para lograrlos.

La planificación estratégica permite tener en consideración aspectos importantes para el futuro de la unidad, a los que no se prestaría la atención suficiente si no se hiciera Planificación estratégica.

ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

Según Joaquín Rodríguez Valencia (2006) en su libro *Administración I*, Las estrategias son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo. Las estrategias empresariales incluyen la expansión geográfica, la diversificación la adquisición el desarrollo de productos, la penetración del mercado, la reducción de los gastos, el retiro de inversiones, la liquidación y las empresas conjuntas.

Las estrategias son acciones potenciales que requieren de decisiones por parte de los altos directivos y de grandes cantidades de recursos de la empresa. Además las estrategias afectan la prosperidad a largo plazo de la organización.

INTEGRACIÓN DIRECTA

Según Fred David (2008). En su libro Administración Estratégica. Integración Directa es obtener la propiedad o más control sobre los distribuidores o minoristas.

INTEGRACIÓN HACIA ATRÁS

Según Fred David (2008). En su libro Administración Estratégica. Integración hacia atrás es buscar la propiedad o más control sobre los proveedores de una empresa.

La integración hacia atrás puede generar grandes ventajas en costos cuando los proveedores presentan un importante margen de ganancia, cuando se cuenta con la tecnología necesaria para llevar a cabo una producción más eficiente que la realizada por los proveedores.

INTEGRACIÓN HORIZONTAL

Según Fred David (2008). En su libro Administración Estratégica. Integración horizontal Busca la propiedad o más control sobre los competidores.

La integración horizontal se refiere a la expansión de la gama de actividades de la empresa para ir un paso delante de la competencia.

PENETRACIÓN DEL MERCADO

Según Fred David (2008). En su libro Administración Estratégica. Penetración en el mercado es buscar más participación de mercado para productos o servicios actuales en los mercados actuales por medio de mayores esfuerzos de marketing.

La penetración del mercado se busca quitarle clientes a la competencia mediante una mejor publicidad, mayor distribución, reducciones de precio, nuevos envases, publicidad entre otros.

DESARROLLO

DESARROLLO DE MERCADO

Según Fred David (2008). En su libro Administración Estratégica. Desarrollo de mercado es introducir productos o servicios en nuevas áreas geográficas.

El desarrollo del mercado trata de captar nuevos clientes sin modificar el producto, por ejemplo los supermercados y los restaurantes abren locales en nuevas zonas, buscando nuevos clientes.

DESARROLLO DE PRODUCTOS

Según Fred David (2008). En su libro Administración Estratégica. El desarrollo de productos es buscar mayores ventas al mejorar los productos o servicios actuales o desarrollar nuevos.

El desarrollo de un producto se pone en marcha el plan a través de acciones concretas como la realización de investigaciones, seguimiento, promociones, etc. Se evalúan las oportunidades comerciales: como pueden ser alianzas estratégicas con otras empresas de servicios

DIVERSIFICACIÓN

DIVERSIFICACIÓN RELACIONADA

Según Fred David (2008). En su libro Administración Estratégica. La diversificación relacionada es añadir productos o servicios nuevos pero relacionados.

La diversificación relacionada es la diversificación de productos derivados o es una unión de productos que tienen un fin común para satisfacción de las necesidades.

DIVERSIFICACIÓN NO RELACIONADA

Según Fred David (2008). En su libro Administración Estratégica. La diversificación no relacionada es añadir productos o servicios nuevos no relacionados.

La diversificación no relacionada es añadir un complemento al producto el cual no es derivado.

REDUCCIÓN

Según Fred David (2008). En su libro Administración Estratégica la reducción es reagruparse por medio de la reducción de costos y activos para revertir la baja en ventas y utilidades.

DESINVERSIÓN

Según Fred David (2008). En su libro Administración Estratégica La diversificación es vender una visión o parte de una organización.

La estrategia de desinversión se basa en la venta de una división o una parte de la organización. Con frecuencia, la desinversión se usa con el objeto de reunir capital para otras adquisiciones o inversiones estratégicas. La desinversión puede ser parte de una estrategia general de encogimiento con miras a que una organización se deshaga de negocios no rentables, que requieren demasiado capital o que no encajan bien con las demás actividades de la empresa. La estrategia de desinversión es aplicable cuando:

- Cuando la organización ha seguido la estrategia de encogimiento, pero no ha podido lograr las mejoras que necesita.
- Cuando una división, para ser competitiva, necesita más recursos de los que puede proporcionarle la compañía
- Cuando una división es la responsable de los malos resultados de la organización entera.
- Cuando una división no se adapta al resto de la organización; esta situación se puede dar a causa de mercados, clientes, gerentes, empleados, valores o necesidades radicalmente diferentes.
- Cuando se requiere una gran cantidad, en poco tiempo, y éste no se puede obtener en otras fuentes razonables.
- Cuando las leyes anti monopólicas aplicadas por el gobierno amenazan a la organización.

LIQUIDACIÓN

Según Fred David (2008). En su libro Administración Estratégica La liquidación es vender todos los activos de una empresa, en partes, por su valor tangible.

La estrategia de liquidación se basa en la venta en partes de los activos de una compañía por su valor tangible. La liquidación es aplicable cuando:

- Cuando la organización ha seguido la estrategia de encogimiento y la estrategia de desinversión y ninguna de las dos ha tenido éxito.
- Cuando la única alternativa de la organización es la quiebra; la liquidación representa una manera ordenada y planificada para obtener la mayor cantidad de dinero posible por los activos de la organización. Una compañía puede declarar primero la quiebra legal y después liquidar diversas divisiones para reunir el capital que necesita.
- Cuando los accionista de una empresa pueden minimizar sus pérdidas vendiendo los activos de una organización.

NIVELES DE LAS ESTRATEGIAS EMPRESARIALES

En estos niveles se pueden establecer los distintos tipos de estrategias empresariales

NIVEL OPERACIONAL

Según Fred David (2008). En su libro Administración Estratégica. Este nivel está a cargo de los gerentes de planta, de ventas, de producción y de departamento.

NIVEL FUNCIONAL

Según Fred David (2008). En su libro Administración Estratégica. Este nivel comprende gerente de finanzas, manufactura, sistema información y recursos humanos.

NIVEL DE LA EMPRESA

Según Fred David (2008). En su libro Administración Estratégica. Esta comprendido por el dueño o presidente de la empresa.

2.5 HIPÓTESIS

La falta de un sistema logístico de inventarios no permite el cumplimiento de las estrategias empresariales de Repuestos Universales.

2.6 SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

2.6.1 Variable Independiente

Sistema logístico de Inventarios

2.6.2 Variable Dependiente

Estrategias Empresariales

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Modalidad básica de la Investigación

La presente investigación será de campo, porque permitirá al investigador estar inmerso y en contacto directo con la realidad del problema a investigar y además podrá sacar y recolectar información necesaria para el estudio y análisis del problema, por ser un estudio sistemático de los hechos en el lugar mismo en el que se está produciendo el acontecimiento a investigar.

Este trabajo está apoyado en la investigación bibliográfica porque se recurrirá a libros, monografías, tesis de grado, periódicos, folletos y reportes relacionados con el problema, con el propósito de conocer las contribuciones científicas para la mejor elaboración del Marco Teórico, puesto que se trata de ampliar, profundizar y analizar diferentes enfoques de información escrita, teóricas, conceptos y criterios de diversos actores sobre un determinado problema, con el propósito de conocer el pasado y establecer relaciones, diferencias del estado actual respecto al problema de estudio.

Según Herrera E. Luis (2008) en su Tutoría de la Investigación Científica. Investigación de Campo es el estudio sistemático de los hechos en el lugar en el que se produce. En esta modalidad el investigador toma contacto en forma directa con la realidad para obtener información de acuerdo con los objetivos del proyecto.

Investigación Documental o Bibliográfica. Tiene el propósito de detectar, ampliar y profundizar diferentes enfoques, teorías, conceptualizaciones y criterios de diversos autores sobre una cuestión determinada, basándose en documentos o en libros, revistas, periódicos y publicaciones.

3.2 Nivel o tipo de investigación

La presente investigación se enmarcará en el nivel de asociación de variables porque permitirá medir el grado de relación que existe entre dos variables en un contexto particular, sin explicar que la una sea la causa de la otra. Es decir se relacionará la El Sistema Logístico de Inventarios con la Las Estrategias Empresariales. Además se basará en la investigación descriptiva porque permitirá predicciones rudimentarias es decir percibir y detallar todas las características más importantes del problema de estudio que servirán para profundizar el conocimiento, objetivo del problema, sujeto de la investigación y describirlo tal como se produce en la realidad en un tiempo y espacio determinado, involucrando a personas, hechos, procesos y sus relaciones, permitiendo estar al tanto del entorno de la empresa y los eventos que se presentan en el control contable.

También se pondrá en juego todos los conocimientos teóricos previos para solucionar el fenómeno estudiado, y finalmente intervendrá el exploratorio porque es una de las metodologías más flexibles y de mayor amplitud y dispersión ya que nos permitirá desarrollar nuevos métodos para generar hipótesis.

Según Héctor Luis Ávila (2006) Introducción a la Metodología de la Investigación. “Se dice que dos variables son independientes si no existe ningún tipo de relación entre ellas”. Identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación. De acuerdo con los objetivos

planteados, el investigador señala el tipo de descripción que se propone realizar. Acude a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. La mayoría de las veces se utiliza el muestreo para la recolección de información, la cual es sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico.

3.3 Población y muestra

Población

La población en estudio que se tomará en cuenta para la presente investigación en Repuestos Universales son los siguientes informantes.

Levin y Rubin (1996) (p. 72).definen a la población como el conjunto de todos los elementos que estamos estudiando, acerca de los cuales intentamos sacar conclusiones.

Tabla N°1 Detalle de los informantes de investigación

INFORMANTES	CANTIDAD
Gerente	1
Contador	1
Auxiliar Contable	1
Secretaria	1
Empleados	9
Clientes	127
TOTAL	140

Fuente: Investigación Científica
Elaborado por: Silvia Medina

Muestra

En el siguiente trabajo de investigación la población de estudio está integrado por todo el personal Administrativo que son:

1 Gerente, 1 Contador, 1 Auxiliar Contable, 1 Cajera, 9 Empleados y 127 clientes considerando aquellos que realizan grandes montos en compras.

Al respecto Murria R. Spiegel (1991), señala que una muestra es una parte de la población a estudiar que sirve para representarla mientras que Pardo G. (1997) dice que el muestreo es un procedimiento estadístico mediante el cual es posible identificar las características de una población con base en el estudio de unos pocos constituyentes de dicha población.

DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

$$n = \frac{N}{e^2(N-1) + 1}$$

En donde:

n = Es el tamaño de la muestra;

N= Es el tamaño de la población; 140

e = Es la precisión o el error de muestreo.

Para determinar el tamaño de la muestra, se va a fijar el porcentaje de 0.10 (10%).

$$n = \frac{(140)}{(0.10)^2(140-1) + 1}$$

$$n = \frac{(140)}{(0.01)(139) + 1}$$

$$n = \frac{140}{1.39 + 1}$$

$$n = \frac{140}{2.39}$$

Es decir el tamaño de la muestra que conforma nuestra investigación es de:

$$\boxed{n = 58}$$

3.4 Operacionalización de variables

3.4.1 Operacionalización de la variable independiente: Sistema Logístico de Inventarios

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Sistema Logístico de Inventarios</p> <p>Es la Planificación y coordinación de los aspectos del movimiento físico de las operaciones en una empresa, de manera tal que el flujo de materiales, partes y mercancías terminadas, sea logrado de una forma que minimice los costos totales, para los niveles de servicio deseado.</p>	<p>Planificación</p> <p>Coordinación</p> <p>Flujo</p> <p>Costos</p> <p>Niveles de servicio</p>	<p>Operativa o Administrativa</p> <p>Económica</p> <p>Acciones Recursos</p> <p>Información Materiales Económicos</p> <p>Operativos Inversiones</p> <p>Satisfacción al cliente</p>	<p>¿Realizan una planificación previa a la adquisición de mercadería importada?</p> <p>¿Coordina la empresa la optimización de acciones y recursos para elevar los niveles de servicio al cliente?</p> <p>Existe flujo de información durante el proceso importación de mercadería importada?</p> <p>La empresa determina anticipadamente costos totales de venta al público?</p>	<p>Encuesta</p> <p>Cuestionario</p> <p>Observación Directa</p>

Tabla Nº 2. Operacionalización de la variable independiente
Elaborado por: Silvia Medina

3.4.2 Operacionalización de la variable dependiente: Estrategias empresariales

CONCEPTUALIZACIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Estrategias empresariales</p> <p>Las estrategias son guías por las cuales se toman decisiones específicas para alcanzar los objetivos a corto y largo plazo.</p>	<p>Estrategias</p> <p>Decisiones</p> <p>Objetivos</p>	<p>Eficiencia Efectividad Economía</p> <p>Oportunas Optimas Sub optimas Intuitivas</p> <p>Corto plazo Largo plazo</p>	<p>La toma de decisiones es una habilidad guiada por iniciativa personal o en base a flujo de información?</p> <p>Quién toma las decisiones en la empresa?</p> <p>Los objetivos a corto y mediano plazo se están cumpliendo?</p>	<p>Encuesta</p> <p>Cuestionario</p> <p>Observación Directa</p>

Tabla N° 3. Operacionalización de la variable dependiente
Elaborado por: Silvia Medina

3.5 Plan de recolección de información

La información se recolectará aplicando el detalle que se presentara en la siguiente tabla:

Tabla N°4 Detalle del plan de recolección de Información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Para qué?	Analizar la fases del sistema logístico de inventarios y su relación con el cumplimiento de las estrategias empresariales de Repuestos Universales
2.- ¿De qué personas u objetos?	Gerente Contadora Auxiliar Contable Cajera Empleados Clientes considerados los que realizan grandes montos en compras
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Facturas de importación Costos de operativos y totales Precio de venta al público Registros Contables RUC
4.- ¿Quién? ¿Quiénes?	Investigador: Silvia Medina
5.- ¿Cuándo?	De octubre a diciembre del 2010
6.- ¿Dónde?	Repuestos Universales
7.- ¿Cuántas veces?	50 encuestas
8.- ¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta
9.- ¿Con qué?	Cuestionarios Anexo A2
10.- ¿En qué situación?	En condiciones normales del trabajo de la empresa.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Silvia Medina

3.6 Plan de procesamiento de la información

Para el procesamiento y análisis de los datos obtenidos se seguirán los pasos planteados por Herrera y otros (2004: 137)

- Revisión crítica de la información recogida, es decir limpieza de información defectuosa, contradictoria, incompleta, no pertinente y otras fallas.
- Repetición de la recolección en ciertos individuales, para corregir fallas de contestación.
- Cuadro según variables de cada hipótesis: cuadros de una sola variable, cuadro de cruce de variables, etc.
- Manejo de información(reajuste de cuadros con casillas vacías o con datos tan reducidos cuantitativamente, que no influyen significativamente)

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Encuesta dirigida al Personal Administrativo de Repuestos Universal

1. ¿Usted como empleado, de acuerdo a qué criterios se guía para cumplir con su trabajo?

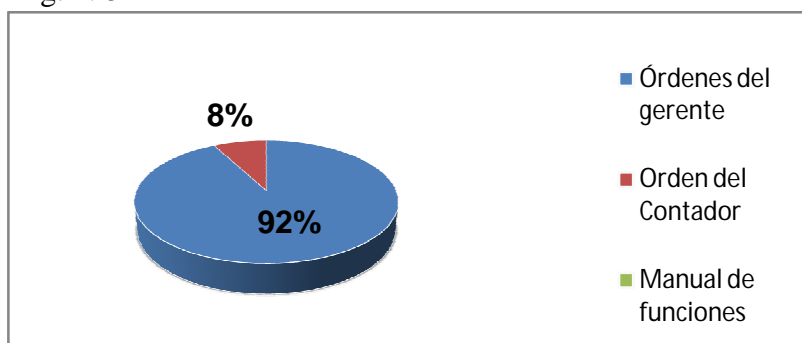
Tabla N°5

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Órdenes del gerente	12	92%
Orden del Contador	1	8%
Manual de funciones	0	0%
Total	13	100,00

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°5



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de las personas encuestadas, 12 personas correspondientes al 92% indican que para cumplir con su trabajo se guían a las órdenes del gerente, 1 persona, equivalente al 8% se guía por las órdenes del Contador.

El sistema logístico es un conjunto de actividades planificadas y coordinadas que deben ser ejecutadas por todos los miembros de la organización por lo tanto el gerente es el eje director de la misma.

2. ¿Repuestos Universales tiene implementado un sistema logístico de inventarios?

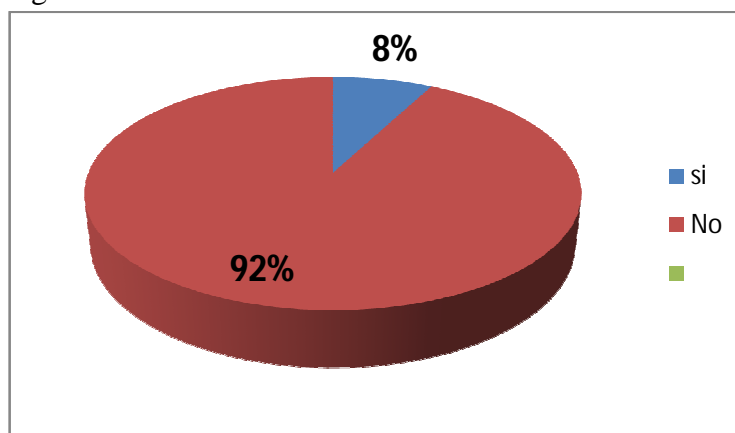
Tabla N°6

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	1	8%
No	12	92%
Total	13	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°6



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de las personas encuestadas, 1 persona equivalente al 8% indican que Repuestos Universales si tiene implementado un sistema logístico de inventarios, 12 personas equivalente al 92% indican que no.

Según los datos obtenidos, Repuestos Universales no tiene implementado un sistema logístico de inventarios que se encargue de la distribución eficiente de la mercadería de la empresa y proporcione un excelente servicio al cliente.

El sistema de logística de inventarios busca gerenciar estratégicamente la adquisición, el movimiento, el almacenamiento de productos y el control de inventarios, así como todo el flujo de información asociado, a través de los cuales la organización y su canal de distribución se encauzan de modo tal que la rentabilidad presente y futura de la empresa es maximizada en términos de costos, efectividad y de cumplimiento de sus estrategias empresariales

3. **¿Considera usted que la atención al cliente es primordial dentro de la empresa?**

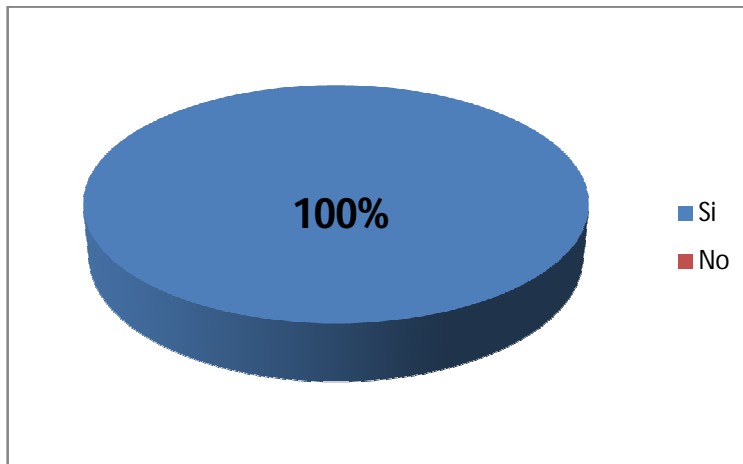
Tabla N°7

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	13	100%
No	0	0%
Total	13	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°7



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

El 100% de las personas encuestadas indican que la atención al cliente si es primordial dentro de la empresa. El cliente es la razón de ser de la empresa; por lo tanto de la satisfacción al cliente depende la supervivencia económica de la empresa.

4. ¿Existe flujo de información durante el proceso de importación de mercadería importada?

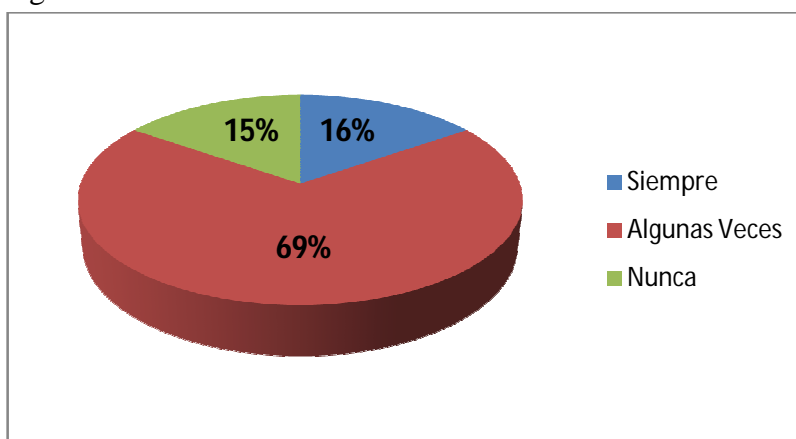
Tabla N°8

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Siempre	2	16%
Algunas Veces	9	69%
Nunca	2	15%
Total	13	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°8



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de personas encuestadas, 2 personas correspondiente al 15% indican que si existe flujo de información durante el proceso de importación de mercadería importada, igual porcentaje indican que nunca, 9 personas correspondiente al 69% indican que algunas veces.

Según los datos obtenidos se podría establecer que no existe flujo de información durante el proceso de importación de mercadería importada evidenciado en la falta de planificación y coordinación en la adquisición de mercadería importada.

5. ¿Existe separación de funciones entre la persona que recibe, registra, archiva y entrega los productos?

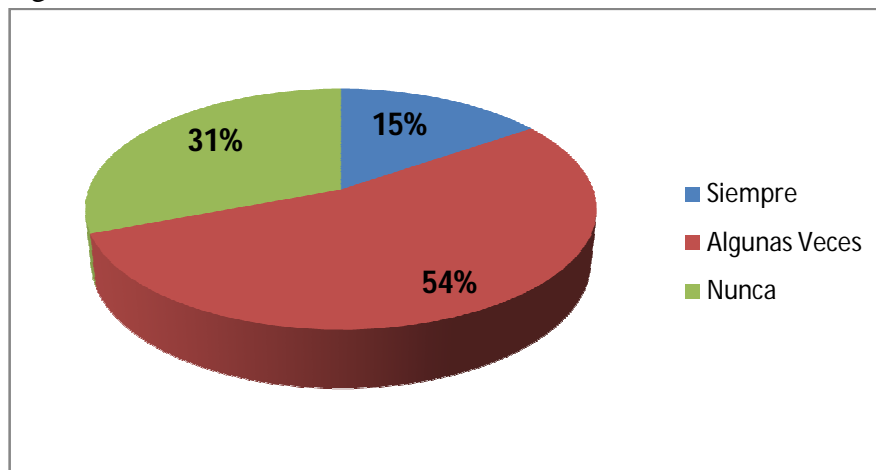
Tabla N°9

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Siempre	2	15%
Algunas Veces	7	54%
Nunca	4	31%
Total	13	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°9



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de las personas encuestadas, 2 personas equivalente al 15% indican que siempre existe separación de funciones entre la persona que recibe, registra, archiva y entrega los productos, 7 personas equivalente al 54% indican que algunas veces, 4 personas equivalente al 31% indican que nunca.

Según los datos obtenidos en Repuestos Universales cada persona cumple su función para la cual ha sido contratada de manera individual, no existe coordinación.

6. ¿La empresa determina anticipadamente el precio de venta al público?

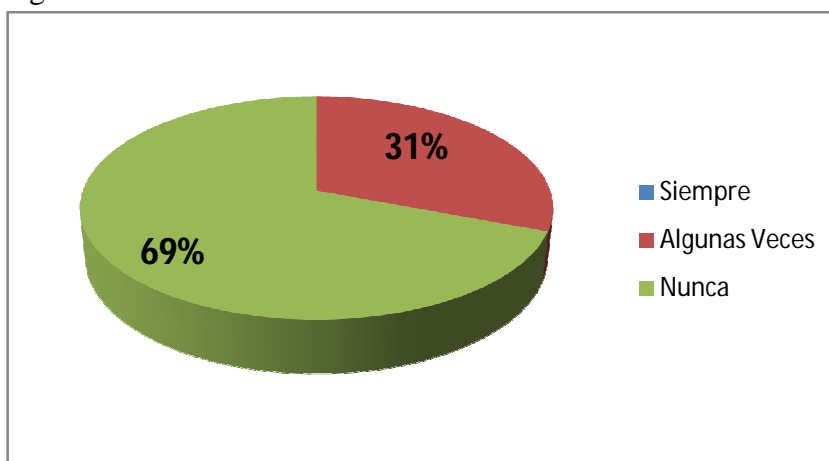
Tabla N°10

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Siempre	0	0%
Algunas Veces	4	31%
Nunca	9	69%
Total	13	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°10



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de personas encuestadas, 4 personas equivalente al 30.77% indican que algunas veces la empresa determina anticipadamente el precio de venta al público, 9 personas equivalente al 69.23% indican que nunca.

En Repuestos Universales no se determina anticipadamente el precio de venta al público porque según los directivos nos indican que en muchas ocasiones la mercadería vienen con nuevos precios y en otras ocasiones no se tiene un estimativo fijo del valor del peso de la carga para su correspondiente prorrateo en el precio final.

7. ¿Existe retraso en la entrega de repuestos automotrices debido a la importación, y por eso se elevan los costos ya proformados?

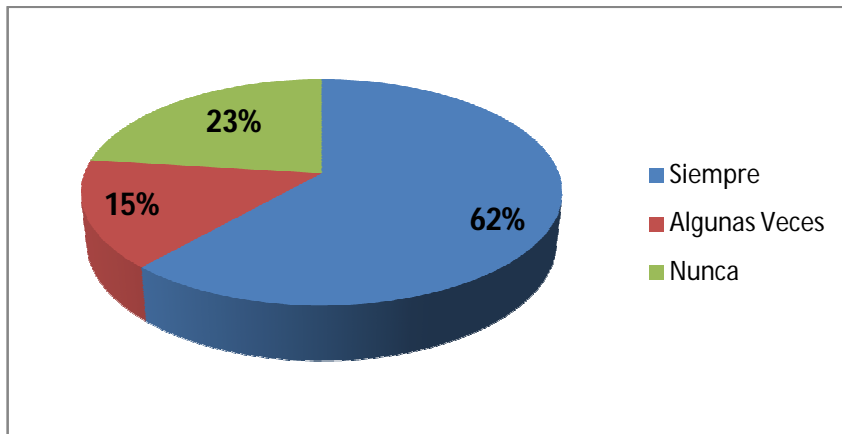
Tabla N°11

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Siempre	8	62%
Algunas Veces	2	15%
Nunca	3	23%
Total	13	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°11



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de las personas encuestadas, 8 personas correspondiente al 62% indican siempre existe retraso en la entrega de repuestos automotrices debido a la importación, y por eso se elevan los costos ya proformados, 2 personas correspondiente al 15% indican que algunas veces, 3 personas equivalente al 23% indican que nunca.

La demora en la entrega de la mercadería importada constituyéndose un grave problema en Repuestos Universales y esto se debe a retrasos aduaneros y de transporte que incrementan valores no previstos, creando inconformidad en los clientes.

8. ¿Qué estrategias utiliza para la venta de mercaderías en la empresa?

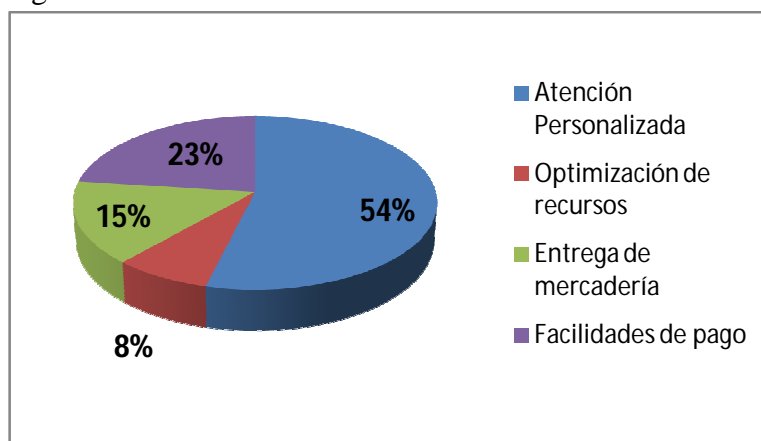
Tabla N°12

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Atención Personalizada	7	54%
Optimización de recursos	1	8%
Entrega de mercadería	2	15%
Facilidades de pago	3	23%
Total	13	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°12



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de las personas encuestadas, 7 personas equivalente al 54% indican que una de las estrategias que se utiliza para la venta de mercaderías en la empresa es la atención personalizada, 1 persona equivalente al 8% indica la optimización de recursos, 2 personas equivalente al 15% indica entrega de mercadería a tiempo, 3 personas equivalente al 23% indica facilidades de pago.

De acuerdo a los datos obtenidos la atención personalizada al cliente trata de cubrir su inconformidad ante el retraso de mercadería que no es entregada a tiempo, otra forma estrategia son las facilidades de pago a pesar que lo hacen con determinados clientes puesto que en su mayoría las ventas son al contado.

9. Los objetivos empresariales a corto y mediano plazo se están cumpliendo?

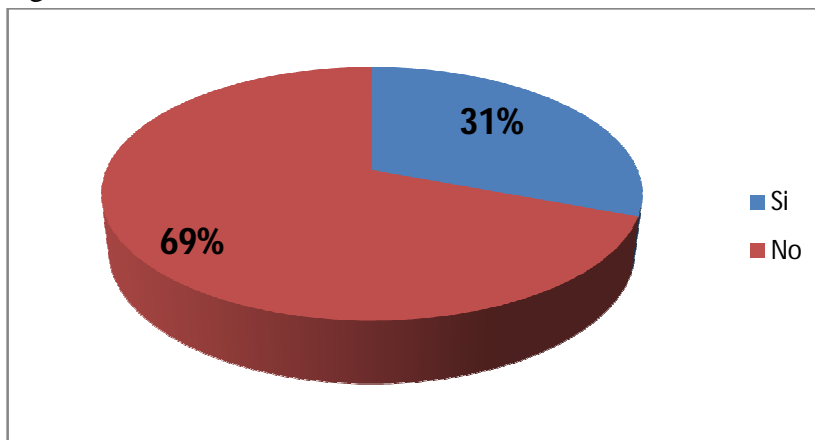
Tabla N°13

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	4	31%
No	9	69%
Total	13	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°13



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de personas encuestadas, 4 personas equivalente al 31% indican que los objetivos empresariales a corto y mediano plazo si se están cumpliendo, mientras que 9 personas equivalente al 69% indican que no.

De acuerdo a los resultados obtenidos en Repuestos Universales no se están cumpliendo los objetivos a corto y mediano plazo.

10. ¿El proceso de importación es el que mayor control requiere por parte de Contabilidad?

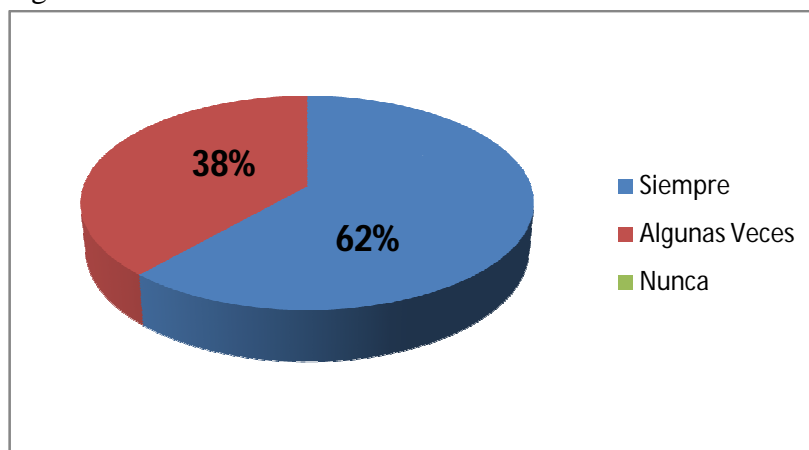
Tabla N°14

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Siempre	8	62%
Algunas Veces	5	38%
Nunca	0	0%
Total	13	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°14



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de personas encuestadas, 8 personas equivalente al 62% indican que siempre, el proceso de importación es el que mayor control requiere por parte de Contabilidad, 5 personas equivalente al 38% indican que algunas veces.

De acuerdo a los resultados obtenidos el departamento de Contabilidad adjunta los gastos ocasionados en la importación de mercadería, para ser sumados al final y prorratear a la factura que se entrega al cliente.

4.2 Encuesta dirigida a los clientes de Repuestos Universales

1. ¿Por qué prefiere comprar en Repuestos Universales?

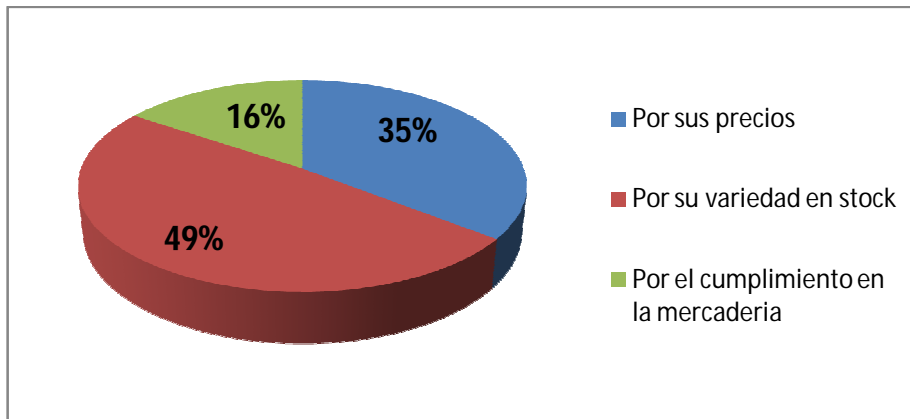
Tabla N°15

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Por sus precios	16	35%
Por su variedad en stock	22	49%
Por el cumplimiento en la entrega de mercadería	7	16%
Total	45	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°15



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de los clientes de Repuestos Universales encuestados, 16 personas equivalente al 35% indican que prefieren comprar en Repuestos Universales por los precios, 22 personas equivalente al 49% indican por su variedad en stock, 7 personas equivalente al 16% por el cumplimiento en la entrega de mercadería.

De acuerdo a los resultados obtenidos Repuestos Universales tienen un amplio stock de repuestos y precios muy competitivos aspectos que el cliente toma muy en cuenta a la hora de adquirir su mercadería

2. ¿Existe una verificación de mercadería previa su entrega?

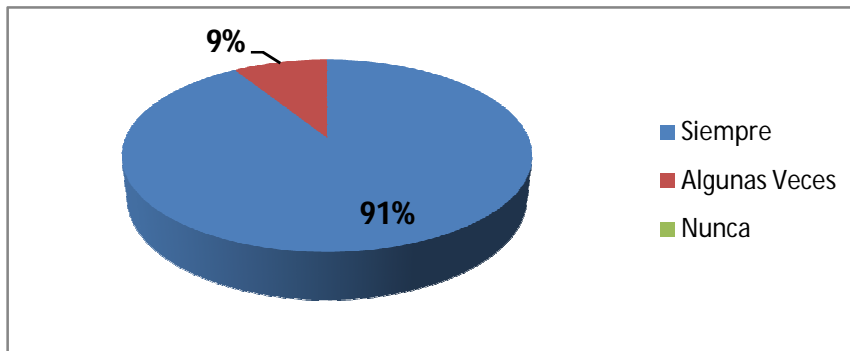
Tabla N°16

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Siempre	41	91%
Algunas Veces	4	9%
Nunca	0	0%
Total	45	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°16



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de clientes de Repuestos Universales encuestados, 41 personas equivalente al 91% indican que siempre se verifica la mercadería previo su entrega, 4 personas equivalente al 9% indican que algunas veces.

La verificación de mercadería previo su entrega al cliente es de suma importancia para evitar reclamos posteriores que vayan en deterioro de la relación cliente-empresa.

3. ¿Usted como cliente, está satisfecho con la atención brindada?

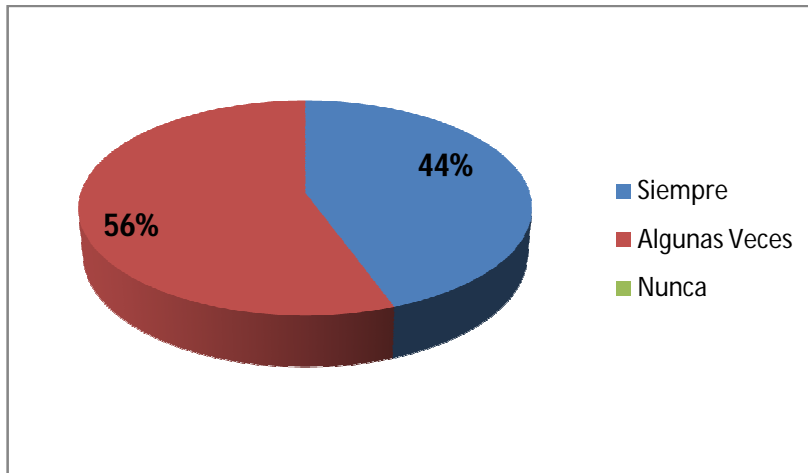
Tabla N°17

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Siempre	20	44%
Algunas Veces	25	56%
Nunca	0	0%
Total	45	100,00

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°17



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de los clientes de Repuestos Universales encuestados, 20 personas equivalente al 44% indican que si están satisfechos con la atención brindada, 25 personas equivalente al 56% indican que algunas veces.

De acuerdo a los resultados obtenidos existe inconformidad con la atención al cliente debido a la demora en la entrega de mercadería importada y a la falta de apertura de crédito en la compra de mercadería.

4. ¿Son respetados los precios de la factura proforma?

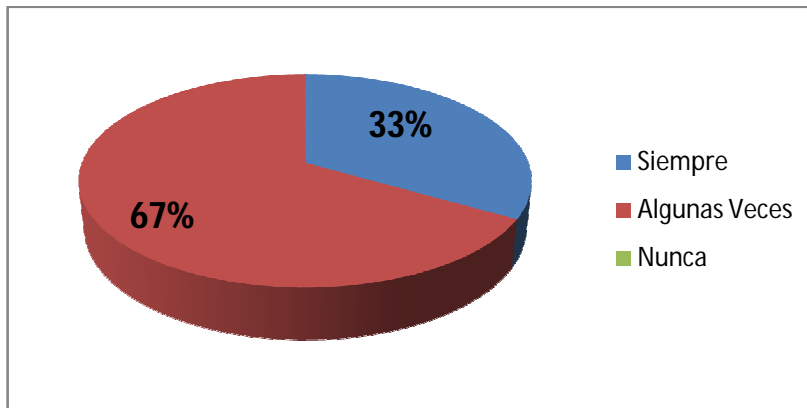
Tabla N°18

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Siempre	15	33%
Algunas Veces	30	67%
Nunca	0	0%
Total	45	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°18



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de los clientes de Repuestos Universales encuestados, 15 personas correspondiente al 33% indican que siempre se respeta los precios de la factura proforma, 30 personas equivalente al 67% indican que algunas veces.

De acuerdo a los resultados obtenidos se evidencia incumplimiento a los precios proformados de mercadería importada lo cual causa malestar en los clientes de Repuestos Universales.

5. ¿Usted recibe información mientras dura el proceso de importación de la mercadería?

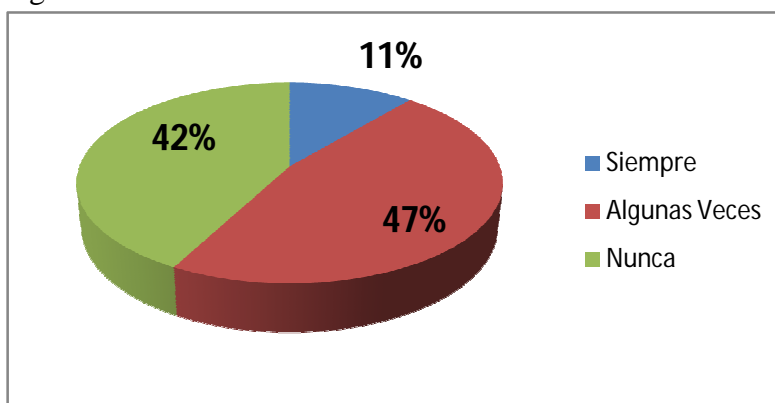
Tabla N°19

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Siempre	5	11%
Algunas Veces	21	47%
Nunca	19	42%
Total	45	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°19



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de los clientes de Repuestos Universales encuestados, 5 personas equivalente al 11% indican que no reciben información mientras dura el proceso de importación de la mercadería, 21 personas equivalente al 47% indican que algunas veces, 19 personas equivalente al 42% indican que nunca.

De acuerdo a los resultados obtenidos es evidente la falta de información en el proceso de importación de mercadería importada, siendo otra de las causas de inconformidad que tiene el cliente de Repuestos Universales.

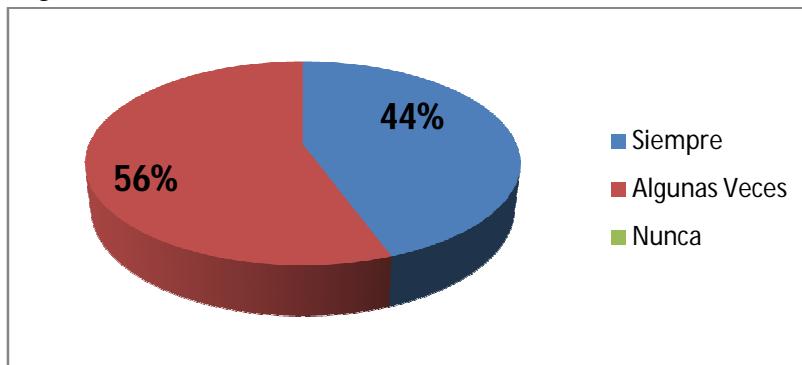
6. ¿Sus solicitudes de mercadería son atendidas a tiempo?

Tabla N°20

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Siempre	20	44%
Algunas Veces	25	56%
Nunca	0	0%
Total	45	100,00%

Fuente: encuesta
Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°20



Fuente: encuesta
Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de los clientes de Repuestos Universales encuestados, 20 personas equivalente al 44% indican que las solicitudes de mercadería siempre son atendidas a tiempo, 25 personas equivalente al 56% indican que no.

La inconformidad de los clientes es notable, esto se debe al retraso que tienen en la entrega de mercadería importada, se debe anotar que los clientes que están conformes son los que compran repuestos genéricos y están en stock.

7. ¿Usted ha tenido problemas en sus compras en Repuestos Universales?

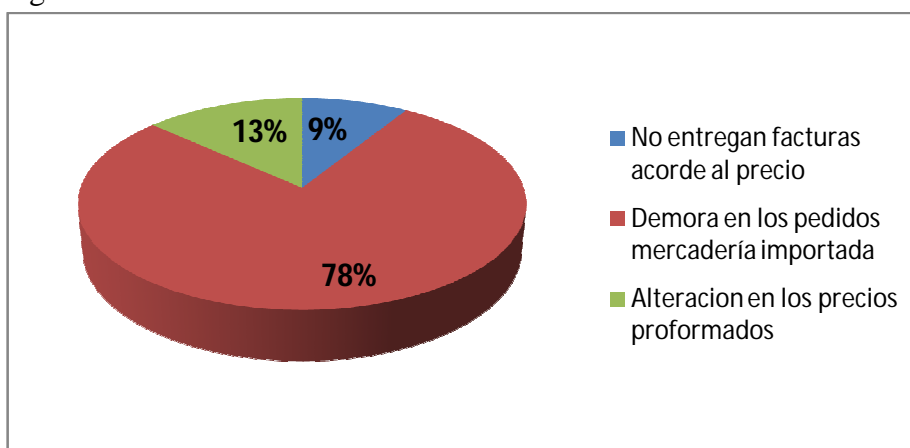
Tabla N°21

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
No entregan facturas acorde al precio	4	9%
demora en los pedidos mercadería importada	35	78%
Alteración en los precios proformados	6	13%
Total	45	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°21



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de los clientes de Repuestos Universales encuestados, 4 personas equivalente al 9% indican si han tenido problemas en las compras debido a la falta de entrega acorde al precio, 35 personas equivalente al 78% indican demora en los pedidos de mercadería importada y 6 personas equivalente al 13% indican alteración en los precios proformados.

La demora en la entrega de mercadería importada es el principal problema de Repuestos Universales.

8. ¿Son informados a tiempo sobre un alza de precios?

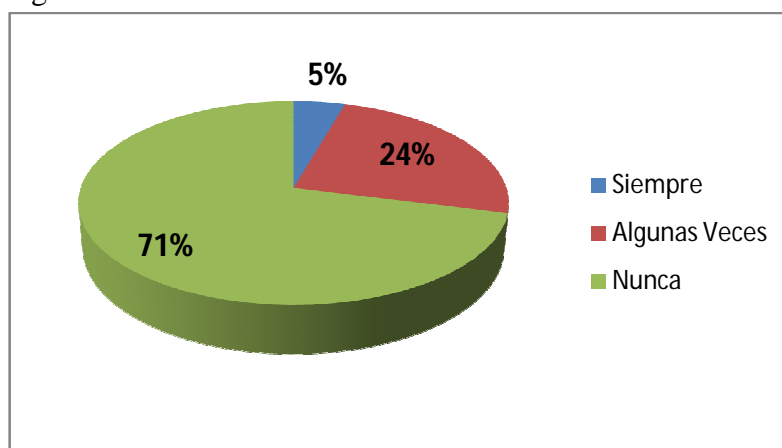
Tabla N°22

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Siempre	2	5%
Algunas Veces	11	24%
Nunca	32	71%
Total	45	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°22



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de clientes de Repuestos Universales encuestados, 2 personas equivalente al 5% indican que siempre son informados sobre un alza de precios, 11 personas equivalente al 24% indican que algunas veces y 32 personas equivalente al 71% indican que nunca.

Los clientes de Repuestos Universales no son informados sobre un alza de precios siendo este dato, un valor agregado que mejorara la calidad de atención al cliente. Los directivos de Repuestos Universales indican que ellos no pueden dar este servicio porque a ellos tampoco se les advierte de posibles desabastecimientos de mercadería, sobre todo de las importadas.

9. ¿Cree usted que en Repuestos Universales existe coordinación y planificación para la compra de mercadería importada?

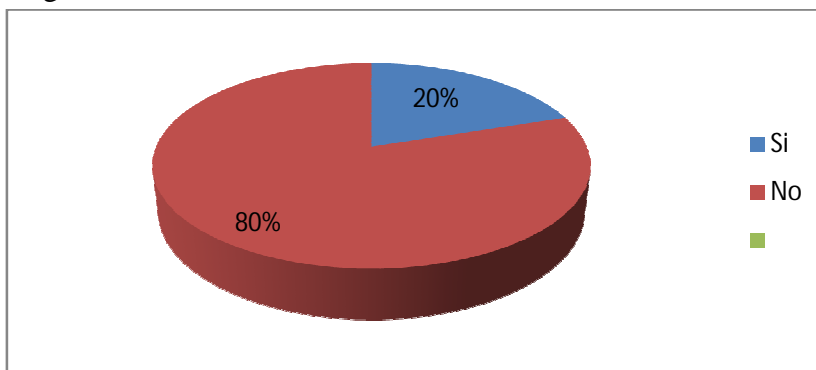
Tabla N°23

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Si	9	20%
No	36	80%
Total	45	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°23



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de los clientes de Repuestos Universales encuestados, 9 personas equivalente al 20% indican que si existe coordinación y planificación para la compra de mercaderías, 36 personas equivalente al 80% indican que no.

De acuerdo a los resultados obtenidos se evidencia la falta de coordinación y planificación por parte de Repuestos Universales para la compra de mercadería importada lo cual genera desabastecimiento de repuestos automotrices que si son vendidos con frecuencia y también acumulación en bodega de otros que no lo son.

10. ¿Según su opinión que aspectos se puede mejorar en Repuestos Universales?

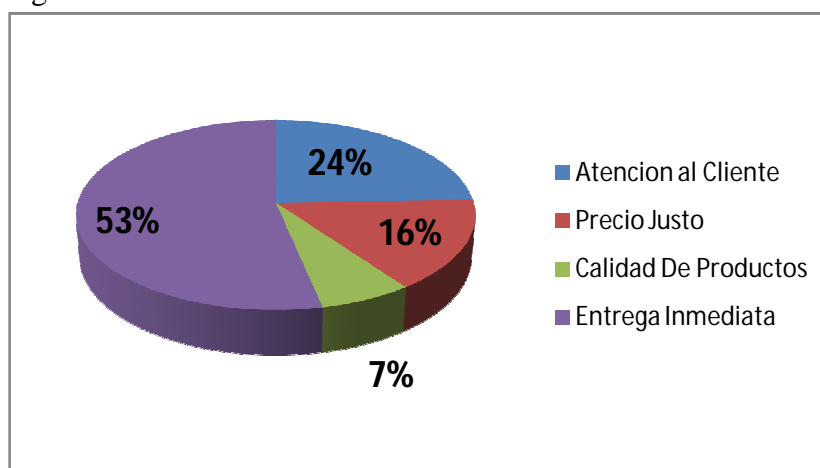
Tabla N°24

Respuestas	Cantidad	Porcentaje
Atención al Cliente	11	24%
Precio Justo	7	16%
Calidad De productos	3	7%
Entrega Inmediata	24	53%
Total	45	100,00%

Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Fig. N°24



Fuente: encuesta

Elaborado por: Silvia Medina

Análisis e Interpretación de resultados

Del 100% de los clientes de Repuestos Universales encuestados, 11 personas equivalente al 24% indican que deberían mejorar la atención al cliente, 7 personas equivalente al 16% indican el precio justo, 3 personas equivalente al 7% indica la calidad de productos y 24 personas equivalente al 53% indican la entrega inmediata.

Definitivamente los clientes de Repuestos Universales coinciden en que se debe mejorar la entrega oportuna de mercadería importada.

HIPÓTESIS

En el presente trabajo investigativo se utiliza el método de Ji Cuadrado para verificar la hipótesis ya que permite evaluar con datos cualitativos.

Tabla N°25 CÁLCULO DE FRECUENCIAS

n	Fo	Fe	(Fo -Fe)²	(Fo -Fe)²/Fo
1	2,24	-1,24	1,53	0,69
9	7,76	1,24	1,53	0,20
12	10,76	1,24	1,53	0,14
36	37,24	-1,24	1,53	0,04
TOTAL				1,07

Fo = frecuencia observada

$$(10 * 13) / 58 = 2,24$$

$$(10 * 45) / 58 = 7,76$$

$$(48 * 13) / 58 = 10,76$$

$$(48 * 45) / 58 = 37,24$$

Fe = frecuencia esperada —————> **(n - Fo) = Fe**

$$(1 - 2,24) = -1,24$$

$$(9 - 7,76) = 1,24$$

$$(12 - 10,76) = 1,24$$

$$(36 - 37,24) = -1,24$$

(Fo - Fe)² / Fo —————> **x = Distribucion Ji- cuadrado**

$$(2,24 - -1,24)² / 2,24 = 0,69$$

$$(7,76 - 1,24)² / 7,76 = 0,20$$

$$(10,76 - 1,24)² / 10,76 = 0,14$$

$$(37,24 - -1,24)² / 37,24 = 0,04$$

Tabla N°26 Matriz de cruce de preguntas

CRUCE DE PREGUNTAS		2. ¿Repuestos Universales tiene implementado un sistema logístico de inventarios?		
		SI	NO	TOTAL
9. Cree usted que en Repuestos Universales existe coordinación y planificación para la compra de mercadería importada?	SI	1	12	13
	NO	9	36	45
TOTAL		10	48	58

Tabla N°27 Frecuencia Observada

Fo = FRECUENCIA OBSERVADA		2. ¿Repuestos Universales tiene implementado un sistema logístico de inventarios?	
		SI	NO
9. Cree usted que en Repuestos Universales existe coordinación y planificación para la compra de mercadería importada?	SI	2,24	10,76
	NO	7,76	37,24

Tabla N°28 Ji Cuadrado

$\chi^2=Ji$ CUADRADO		2. ¿Repuestos Universales tiene implementado un sistema logístico de inventarios?		
		SI	NO	TOTAL
9. Cree usted que en Repuestos Universales existe coordinación y planificación para la compra de mercadería importada?	SI	0,69	0,14	0,83
	NO	0,20	0,04	0,24
TOTAL		0,89	0,18	1,07

a) Planteamiento de la Hipótesis

La falta de un sistema logístico de inventarios no permite el cumplimiento de las estrategias empresariales de Repuestos Universales.

Determinación de las variables:

Variable Independiente: Sistema logístico de Inventarios

Variable Dependiente: Estrategias Empresariales

Metodología:

Ho: La falta de un sistema logístico de inventarios No permite el cumplimiento de las estrategias empresariales de Repuestos Universales.

H1: La falta de un sistema logístico de inventarios permite el cumplimiento de las estrategias empresariales de Repuestos Universales.

b) Nivel de significación

Nivel de confianza: 95%

Nivel de error: 5%

Se trabaja con el nivel de significancia del 5% que corresponde a 0,05 de error máximo puesto que:

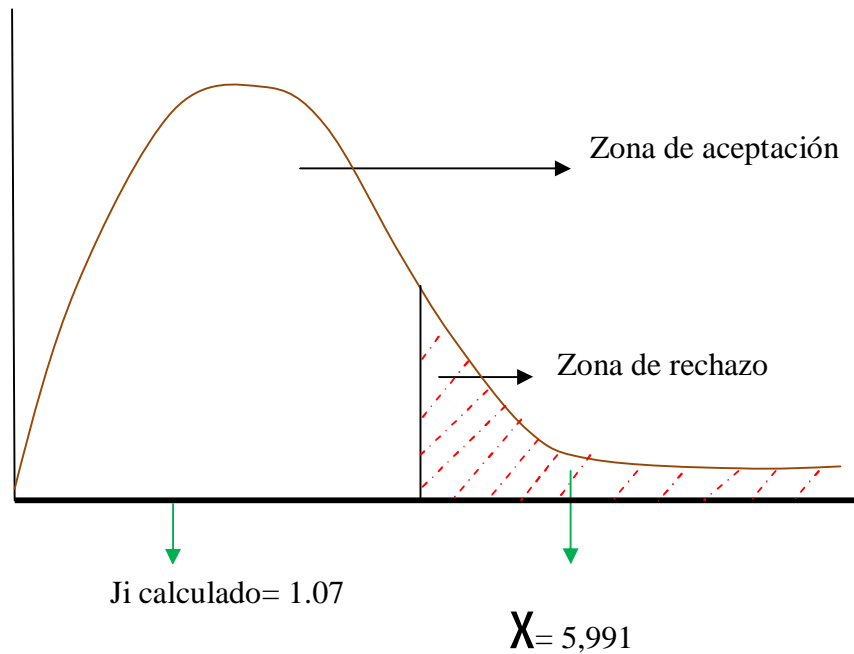
- ✓ $\alpha = 1$ por lo tanto representa el 100%
- ✓ $\alpha = 1 - 0,05$
- ✓ esto equivale a que $\alpha = 100\% - 5\% = 95\%$ que establece la validez de la hipótesis.

c) Estadístico de prueba

$$\chi^2 = \frac{\sum (Fo - Fe)^2}{Fe}$$

d) Regla de decisión. Tabla de Distribución ji-cuadrada (χ^2) (Anexo 2)

Fig. N°25 Regla De Decisión



GRADOS DE LIBERTAD

En estadística grados de libertad es un estimador del número de categorías independientes en un test particular o experimento estadístico.

$$gl = (c - 1) (r - 1)$$

$$gl = (3 - 1) (2 - 1)$$

$$gl = 2$$

e) Conclusión

Se determina entonces que $1,07 < 5,991$ por lo tanto se decide aceptar H_0 : **La falta de un sistema logístico de inventarios No permite el cumplimiento de las estrategias empresariales de Repuestos Universales.**

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

Una vez analizados e interpretados los datos obtenidos se llegó a las siguientes conclusiones:

- Las estrategias empresariales en Repuestos Universales no se cumplen debido a que el personal administrativo y operativo no tienen definidas funciones para establecer responsabilidades.
- No existe un proceso adecuado de información y comunicación interna y externa afectando a la calidad de atención al público que no se siente satisfecho con la atención brindada porque no respetan los valores de las proformas y tampoco dan apertura de crédito en la compra de mercadería.
- Existe retraso en la entrega de repuestos automotrices importados debido a demoras aduaneras y transporte que incrementan valores no previstos, corriendo el riesgo de perder clientela que los prefieren debido al amplio stock de repuestos que ofrecen.
- Las fases del sistema logístico de inventarios son aprovisionamiento, transporte, distribución y servicio al cliente. La logística es un proceso relacionado con las metas, objetivos, políticas y procedimientos empresariales porque constituyen el flujo de bienes y servicios que afectan al desenvolvimiento de muchas áreas y servicios de Repuestos Universales

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda al Gerente-Propietario de Repuestos Universales la implementación de un departamento logístico para optimizar el flujo de repuestos automotrices importados, minimizar costos que afectan la rentabilidad de la empresa, mejorar la comunicación interna y externa y, mejorar la satisfacción al cliente.
- Se recomienda al Gerente – Propietario Sr. José Manuel Silva Luna mantener una segregación de funciones permanente entre el personal administrativo y operativo que permita establecer responsabilidades en cada una de sus funciones.
- Se recomienda establecer un proceso de información y comunicación interna y externa sobre la situación en la que se encuentra el itinerario de la importación de mercadería para satisfacción de los compradores. En caso de demora, ellos serán asequibles a cualquier inconveniente que se presente.
- Un sistema logístico de inventarios no es un privilegio de las grandes empresas puesto que si las pequeñas y medianas empresas de nuestro medio lo implementaran, lograrían una correcta planificación, organización y control del conjunto de actividades que sincronizadamente trabajarían en pos de cumplir las estrategias empresariales de la empresa.
- La principal estrategia empresarial de Repuestos Universales es la atención personalizada, misma que se puede optimar mediante la implementación de un sistema logístico que, mediante la sincronización de sus componentes, logrará el flujo necesario para responder eficazmente a una demanda cambiante y cada vez más exigente del mercado.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

TEMA: DISEÑAR UN DEPARTAMENTO LOGÍSTICO COMO ESTRATEGIA EMPRESARIAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN REPUESTOS UNIVERSALES.

6.1 DATOS INFORMATIVOS:

Beneficiarios: Gerencia, Clientes, personal administrativo.

Ubicación: Repuestos Universales. Dirección: Ambato. Avenida González Suárez 4-24 sobre el puente a desnivel de la Avenida Cevallos. Teléfonos: 032826142 - Cel: 098352055. Representante: Sr. José Silva.

Tiempo estimado para la Ejecución:

Inicio: 4 de Julio del 2011

Final: 30 de Septiembre del 2011

Equipo técnico responsable:

Investigador: Elizabeth Silvia Medina Andachi. C. C. 1803518271

Costo: El costo estimado de la propuesta es de **\$534,00**

6.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA

Se debe tener en cuenta que tradicionalmente el marketing y las finanzas han formado parte en el establecimiento de las estrategias empresariales de Repuestos Universales; el marketing detectaba las oportunidades de mercado y proponía la introducción de nuevos productos, las finanzas estudiaba las inversiones necesarias, la disponibilidad de fuentes de financiación y la rentabilidad esperada y finalmente la dirección general tomaba las decisiones convenientes de acuerdo a su criterio.

Estas posiciones han ido perdiendo su fundamento debido a que los enfoques logísticos ponen en evidencia las limitaciones del modelo anterior porque puntualiza responsabilidades y establece retos y oportunidades nuevas como estrategias empresariales para cada uno de los miembros de la organización.

Las estrategias empresariales fijadas en Repuestos Universales no se cumplen debido a que el personal administrativo y operativo no tienen definido funciones para establecer responsabilidades; según la investigación realizada no existe un proceso adecuado de información y comunicación interna y externa durante la importación de mercadería, aspectos que afectan la calidad de atención al público que no se siente satisfecho con la atención brindada por el retraso en la entrega de repuestos automotrices importados debido a demoras aduaneras y transporte, corriendo el riesgo de perder clientela que los prefiere por el amplio stock de repuestos que ofrecen, por lo que se recomienda la implementación de un departamento logístico para optimizar el flujo de repuestos automotrices importados, mejorar la comunicación interna y externa y, la satisfacción al cliente.

6.3. JUSTIFICACIÓN

Un departamento logístico como estrategia empresarial da la ventaja de controlar eficientemente las existencias de sus inventarios para mantener

información contable fiable, actualizada y veraz que facilite la toma de decisiones, optimizando la distribución de mercaderías, permitiendo llevar las necesarias al lugar correspondiente, en el momento oportuno, creando un dinámico flujo de información interna y externa que contribuye a mejorar la satisfacción al cliente. Establece responsabilidades, creando retos y oportunidades nuevas para cada miembro de la organización, quienes deben trabajar en conjunto para mantener un sistema dinámico de trabajo encaminado hacia un mismo objetivo; siendo estas las estrategias empresariales que se fijarán en Repuestos Universales dentro del diseño del departamento Logístico que se propone.

Otro de los factores importantes para la implementación del departamento Logístico es el mantenimiento de un punto de equilibrio estratégico permanente entre la oferta y la demanda porque privilegia la rapidez en la transferencia y en la accesibilidad de información a través de todas las barreras funcionales porque se fijan políticas y objetivos que consolidarán el modelo propuesto.

6.4. OBJETIVOS

6.4.1. Objetivo general

- Estructurar un Departamento Logístico como Estrategia Empresarial en Repuestos Universales para mejorar los procesos de comunicación y satisfacción al cliente.

6.4.2. Objetivos específicos

- Establecer políticas y procedimientos logísticos que permitan un flujo dinámico de la mercadería importada hacia el consumidor final.
- Establecer estrategias de cada una de las áreas del Departamento Logístico.
- Implementar el proceso logístico diseñado como estrategia empresarial en Repuestos Universales.

6.5. Análisis de Factibilidad

Para la estructura de un departamento logístico como estrategia empresarial para mejorar los procesos de importación, la comunicación y satisfacción al cliente se considerarán los siguientes elementos:

Económico Financiero: Su factibilidad se da por la predisposición de su Gerente General Sr. José Manuel Silva Luna quien tiene el interés de asumir cualquier costo que implique la implementación del sistema logístico de inventarios. Para ello se determina los siguientes detalles económicos:

6.6. RECURSOS

6.6.1 Recursos Humanos

Tabla N° 29 Matriz de Recursos Humanos

	DETALLE	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
RECURSOS HUMANOS	Capacitador	1	264	
	Imprevistos		50	
	TOTAL			314

Fuente: Investigación

Elaborado por: Elizabeth Medina

6.6.2 Recursos Materiales

Tabla N° 30 Matriz de Recursos Materiales

	DETALLE	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
RECURSOS MATERIALES	Útiles de Oficina		20	
	Impresiones formatos		150	
	Copias		50	
	TOTAL			220

Fuente: Investigación

Elaborado por: Elizabeth Medina

PRESUPUESTO OPERACIONAL

Tabla N° 31 Matriz de Presupuesto Opcional

PRESUPUESTO OPCIONAL	
Total de recursos humanos	314
Total de recursos materiales	220
TOTAL	534

Fuente: Investigación

Elaborado por: Elizabeth Medina

6.7.- FUNDAMENTACIÓN

6.7.1 Fundamentación Organizacional

Es organizacional ya que el señor José Manuel Silva Luna gerente propietario de Repuestos Universales proporciona la apertura necesaria y está de acuerdo en que se optimice el recurso humano, material y tecnológico de su empresa.

6.7.2 Fundamentación Contable

NIC 2

El objetivo de esta Norma es prescribir el tratamiento contable de los inventarios. Un tema fundamental en la contabilidad de los inventarios es la cantidad de costo que debe reconocerse como un activo, para que sea diferido hasta que los ingresos correspondientes sean reconocidos. Esta Norma suministra una guía práctica para la determinación de ese costo, así como para el subsiguiente reconocimiento como un gasto del periodo, incluyendo también cualquier deterioro que rebaje el importe en libros al valor neto realizable. También suministra directrices sobre las fórmulas del costo que se usan para atribuir costos a los inventarios.

Los inventarios se medirán al costo o al valor neto realizable, según cuál sea menor.

Valor neto realizable es el precio estimado de venta de un activo en el curso normal de la operación menos los costos estimados para terminar su producción y los necesarios para llevar a cabo la venta.

El costo de los inventarios comprenderá todos los costos derivados de su adquisición y transformación, así como otros costos en los que se haya incurrido para darles su condición y ubicación actuales.

El costo de los inventarios se asignará utilizando los métodos de primera entrada primera salida (FIFO) o costo promedio ponderado. La entidad utilizará la misma fórmula de costo para todos los inventarios que tengan una naturaleza y uso similares. Para los inventarios con una naturaleza o uso diferente, puede estar justificada la utilización de fórmulas de costo también diferentes. El costo de los inventarios de productos que no son habitualmente intercambiables entre sí, así como de los bienes y servicios producidos y segregados para proyectos específicos, se determinará a través de la identificación específica de sus costos individuales.

Cuando los inventarios sean vendidos, el importe en libros de los mismos se reconocerá como gasto del periodo en el que se reconozcan los correspondientes ingresos de operación. El importe de cualquier rebaja de valor, hasta alcanzar el valor neto realizable, así como todas las demás pérdidas en los inventarios, serán reconocidas en el periodo en que ocurra la rebaja o la pérdida. El importe de cualquier reversión de la rebaja de valor que resulte de un incremento en el valor neto realizable, se reconocerá como una reducción en el valor de los inventarios, que hayan sido reconocidos como gasto, en el periodo en que la recuperación del valor tenga lugar.

6.7.3 Fundamentación Científica

La logística empresarial comprende la planificación, la organización y el control de todas las actividades relacionadas con la obtención, traslado y almacenamiento de materiales y productos, desde la adquisición hasta el consumo, a través de la organización y como un sistema integrado. El objetivo que pretende conseguir es satisfacer las necesidades y los requerimientos de la demanda de la manera más eficaz y con el mínimo coste posible.

La logística también incluye todo aquello que hace referencia a los flujos de información implicados.

Por tanto, se puede decir que el objetivo es conseguir que los productos y los servicios adecuados estén en los lugares pertinentes, en el momento preciso y en las condiciones exigidas. Esto supone una nueva clave competitiva entre las empresas a causa de la rápida evolución de las expectativas de los mercados (clientes y consumidores).

Importancia de la logística

Actualmente dentro de las empresas, la importancia de la aplicación logística puede ser de índole:

1. Interna: Aprovisionamiento de bienes y servicios para garantizar el funcionamiento de la empresa.
2. Externa: Satisfacción del cliente.

La logística da a las empresas la ventaja de permitirles mejorar la forma en que distribuyen y llevan las mercaderías necesarias al lugar correspondiente, en el momento oportuno.

Descripción de las actividades logísticas

Las actividades logísticas dentro de una empresa se centran en cuatro procesos básicos:

- **Proceso de adquisición**

Esta unidad se encarga del proceso de adquisición de mercaderías para satisfacer las necesidades de inventario, esta puede ser de dos tipos: compras locales e importaciones.

- **Proceso de reaprovisionamiento**

El reaprovisionamiento es la base para toda la logística, la cual busca la disponibilidad de los productos, que es el aspecto más importante del servicio al cliente.

- **Proceso de transporte**

Es la parte de la logística encargada de trasladar el producto en las cantidades y en las fechas que el proceso requiere, el transporte genera costos adicionales al producto por lo que la adecuada gestión del mismo dará como resultado una disminución en los costos del producto.

- **Servicio al cliente**

Satisfacer al cliente con productos de calidad, en las cantidades que se desean, al momento que las necesite y en el lugar apropiado.

La gestión de servicio al cliente es el proceso encargado de crear y mantener un lazo de comunicación entre la empresa y los clientes. Este

proceso es la base para la gestión logística en particular y para la empresa en general ya que el éxito de cualquier empresa depende directamente de la percepción que el cliente tenga de ella y el grado de satisfacción que la empresa le brinde.

Costos Logísticos

El modelo de cálculo de los costos para las empresas es de suma importancia, ya que estos son los que determinan la viabilidad del negocio, los que determinan mayoritariamente el grado de productividad y eficacia en la utilización de los recursos, por eso un modelo de costos no puede basarse solamente en asignar los costos sobre un factor determinado, que para el orden empresarial puede ser insignificante o poco representativo de lo que en realidad simboliza

Principios básicos de los costos logísticos

Uno de los principios básicos de los Costos Logísticos es ser capaz de identificar los costos que resultan de proporcionar servicios al cliente en el mercado.

Existen diversos modelos logísticos aplicables a las empresas, dentro de ellos el modelo que más se ajusta a nuestra empresa es el Modelo de los Máximos y Mínimos.

MODELO DE MÁXIMOS Y MÍNIMOS

Consiste en establecer niveles máximos y mínimos de inventarios y un periodo fijo de revisiones de sus niveles. El inventario se revisa solo en ciertas ocasiones y se ordena o se pide la diferencia entre el máximo existencia total (cantidad existente más cantidad en tránsito); solo en casos especiales se colocarán pedidos fuera de las fechas de revisión, cuando

por una demanda anormalmente alta la existencia llegue al punto mínimo antes de la revisión.

Stock mínimo.- Se lo conoce también como stock de alarma porque alerta que es el momento de realizar un pedido para el reaprovisionamiento de mercadería.

Stock máximo.- El conocer el momento exacto del pedido y de la cantidad más rentable a pedir permite la determinación de un nivel llamado stock máximo que facilita el control de la cantidad disponible de cualquier mercadería que haya en la bodega para evitar que ésta no sea excesiva.

Costos

Costo de pedido.- Este se genera cada vez que la empresa efectúa una compra. En su cálculo debe involucrarse desde el tiempo que se toma para efectuar el pedido hasta los gastos de transporte y recepción de la mercadería sin olvidar incluir los gastos administrativos pertinentes al pago la factura.

Costo de mantenimiento. Este costo nos indica cuánto vale tener la unidad de inventarios en bodega. Debe tenerse en cuenta desde el costo del dinero hasta los seguros en casos de tenerlos el de la bodega y del personal que maneja los inventarios.

Este costo se debe dar en la misma unidad de tiempo en que se estima la demanda.

La parte compleja del modelo es precisamente la definición de los costos anteriores, si se calculan objetivamente el modelo da unos resultados

validos así no sean absolutamente exactos, lo importante es minimizar la suma de los costos de pedir y de mantener.

Tamaño optimo de pedidos

La Reposición de inventarios es un aspecto fundamental en la cadena de reaprovisionamiento y adquisiciones, ya que permite obtener lo necesario y atender a los clientes con lo que necesitan. Es indispensable determinar cuándo y cuánto comprar.

¿Cuánto pedir?

Es fundamental ya que si se mantienen inventarios demasiado altos el costo podría llevar a la empresa a tener problemas de liquidez financiera ya que los valores invertidos podrían ser mejor utilizados en funciones más productivas de la organización, por lo tanto la entidad para sobrevivir y prosperar mercados altamente competitivos debe mantener inventarios cada vez más bajos y niveles de servicio cada vez más altos.

Por otro lado, si se mantiene un nivel insuficiente de inventario, podría no atenderse a los clientes de forma satisfactoria lo cual genera reducción de utilidades y pérdida de mercado.

¿Cuándo pedir?

Se refiere al tiempo de reposición comprendido entre la detección de la necesidad de adquirir una cierta cantidad de un material y el momento en que este llega físicamente a bodega.

Información disponible para la aplicación de las formulas

Reposición de filtros de aire para CATERPILLER FC-1803

El proveedor realiza la reposición cada 8 días de acuerdo a las estadísticas de ventas del año anterior. El consumo mayor en un día fue de 85 filtros de aire FC -1803 en tanto que el menor consumo fue de 35 filtros de aire, en consecuencia el promedio establecido es de 60 filtros de aire; además al momento de hacer estas consideraciones la existencia en nuestra bodega fue de 330 filtros.

Fórmula del cálculo de los mínimos y máximos

$$\begin{array}{ll} Pp= C_p * Tr * E_m & Pp= 60 * 8 + 280 = 760 \\ EM = CM * Tr + E_m & EM= 85 * 8 + 280 = 960 \\ E_m= C_m * Tr & E_m= 35 * 8 = 280 \\ CP = EM - E & CP = 960 - 330 = 630 \end{array}$$

Donde:

Pp= punto de pedido

Tr = tiempo de reposición de inventarios en días

Cp= consumo Promedio Diario

CM = consumo máximo diario

Cm = consumo mínimo diario

EM = Existencia máxima

Em= Existencia mínima

CP = cantidad de pedido

E = existencia Actual

Forma para saber cuándo se debe pedir

$$P = \sqrt{(2S/iCD)}$$

Para tener una aproximación de cuánto se debe pedir

$$Q = \sqrt{2SD/iC}$$

Reemplazando las fórmulas tenemos

D = Demanda en número de unidades (promedio mensual)

S = costo por ordenar un pedido

Se calcula tomando en cuenta el valor del minuto de la llamada telefónica * los minutos ocupados al realizar un pedido + el valor del tiempo ocupado por la secretaria = costo por ordenar un pedido.

C = costo unitario

i = costo de mantener el inventario (este se calcula en base al área que ocupa cada artículo para la venta en la bodega).

6.8.- METODOLOGÍA

El Diseño de Departamento Logístico como estrategia empresarial para mejorar los procesos, la comunicación y satisfacción al cliente en Repuestos Universales está diseñado por cuatro áreas: Servicio al Cliente, Adquisición, Reaprovisionamiento y Transporte; formularios, políticas y estrategias para alcanzar los objetivos propuestos.

6.9.- ADMINISTRACIÓN

La presente propuesta estará administrada por El Gerente como cabeza de la organización, el Auditor como eje dinámico del buen funcionamiento del proceso logístico y la investigadora.

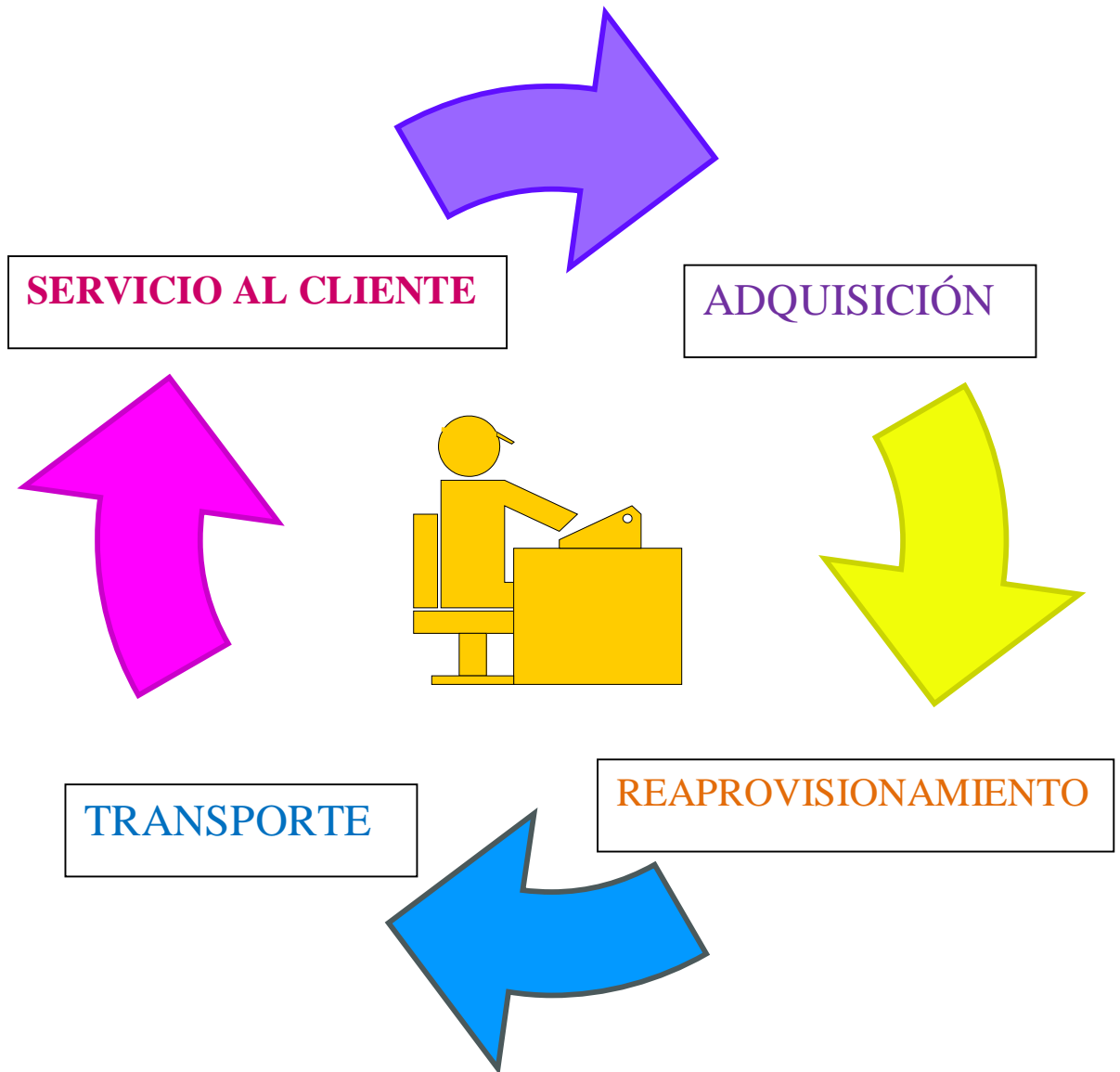
6.10.- PREVISIÓN DE LA EVALUACIÓN

Una vez implementado el proceso logístico, se debe realizar una evaluación a los tres meses para realizar algún reajuste en caso de ser necesario y a los seis meses evaluar el proceso mediante la comparación contable con los formatos diseñados para cada una de las áreas del departamento que se propone.

DESARROLLO

DISEÑAR UN DEPARTAMENTO LOGÍSTICO COMO ESTRATEGIA EMPRESARIAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN REPUESTOS UNIVERSALES.

AREAS DE UN DEPARTAMENTO LOGISTICO

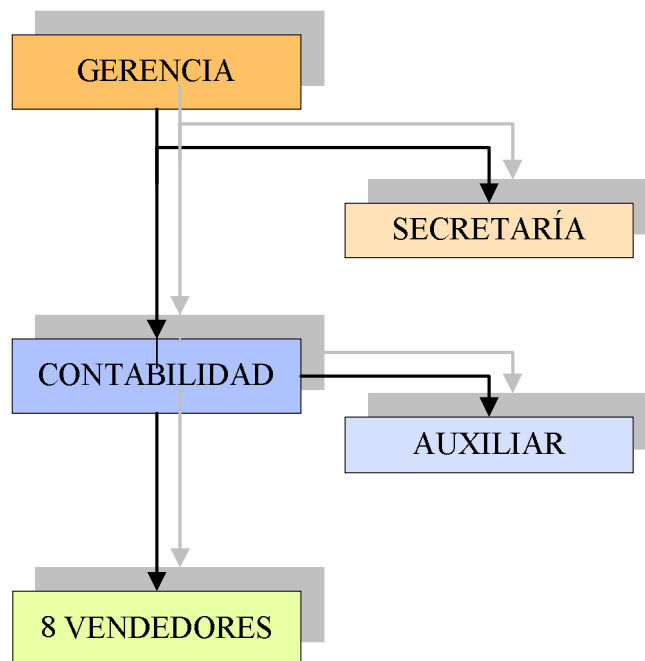


Situación actual de la empresa

REPUESTOS UNIVERSALES es una empresa dedicada a la importación de repuestos automotrices para maquinaria pesada desde hace 17 años, de propiedad del Señor José Manuel Silva Luna, empresario ambateño quien con dedicación esfuerzo y sacrificio han logrado la consolidación de su empresa Desde la fecha de su inicio funcionó como persona natural no obligada a llevar contabilidad, pero a partir del año 2000 por su crecimiento en ventas se consideró una persona natural obligada a llevar contabilidad.

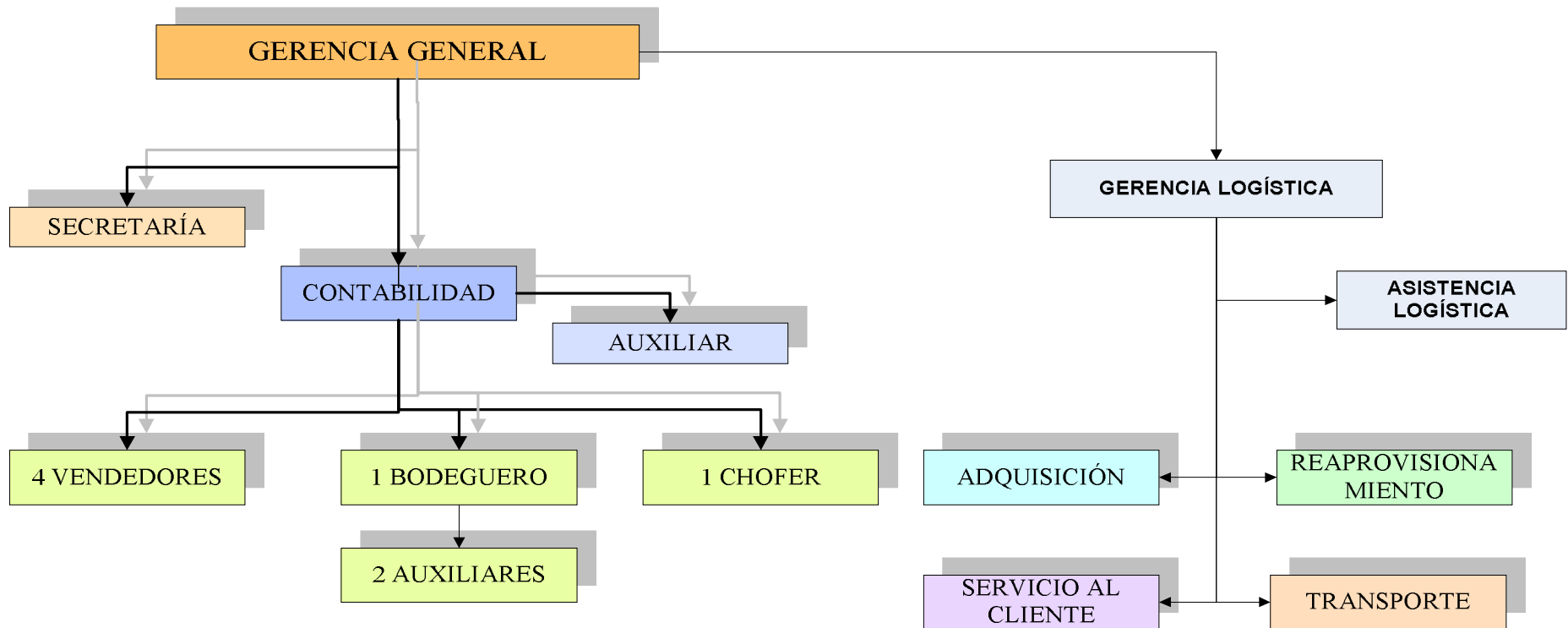
“REPUESTOS UNIVERSALES”, con un capital social \$42.685,00, con un promedio de ventas mensuales de \$.45.272,67 entre sus principales clientes están los Municipios y Consejos Provinciales del Centro del País siendo proveedor de productos CATERPILLAR.

ORGANIGRAMA ACTUAL DE REPUESTOS UNIVERSALES



❖ Los empleados no tienen funciones asignadas

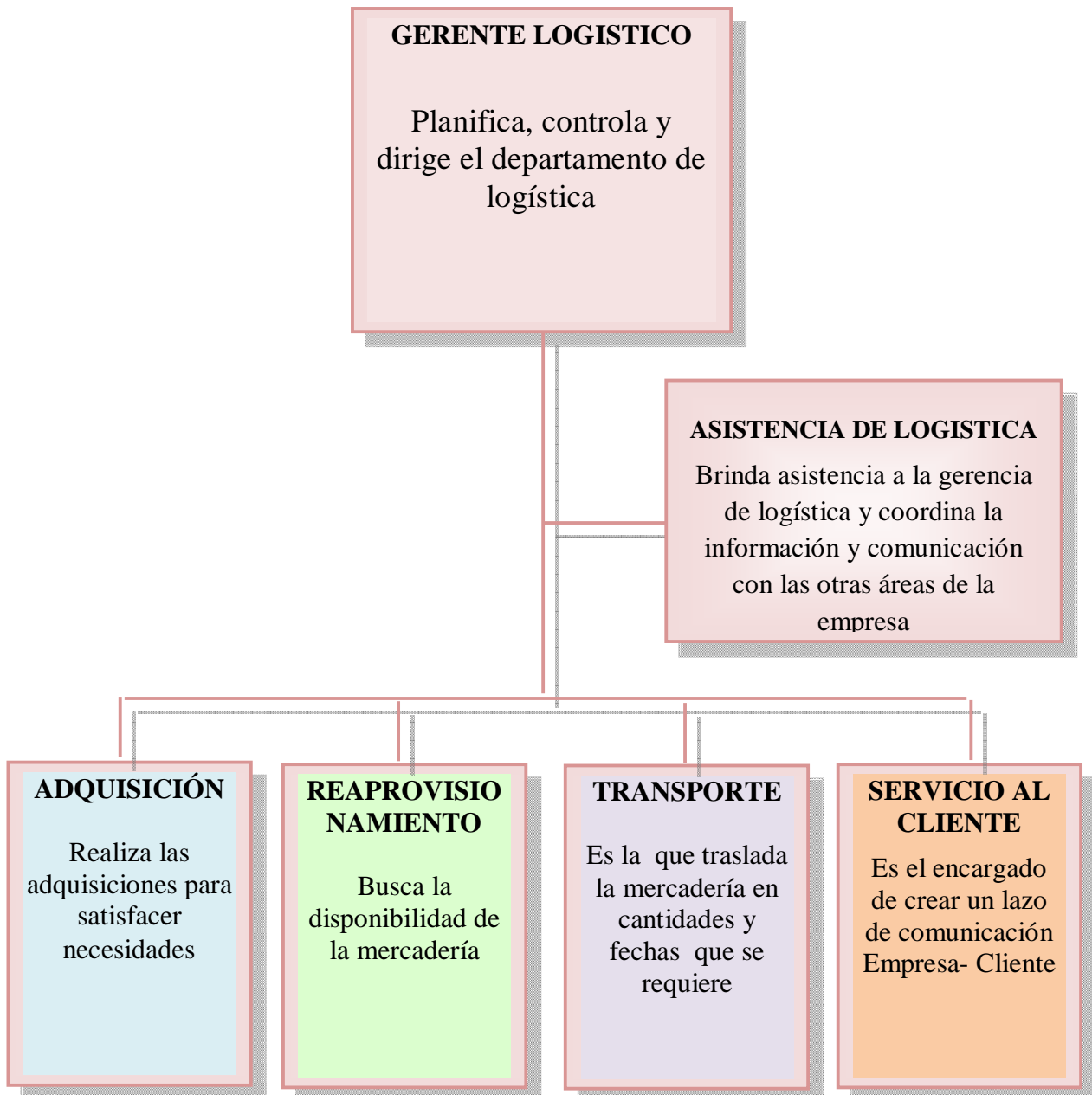
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL PROPUESTO DE REPUESTOS UNIVERSALES



El departamento de logística propuesto estará integrado por los miembros actuales de la organización, a quienes se les establecerán funciones y políticas para el mejor desempeño de su trabajo diario y encaminado a brindar un servicio de calidad al cliente dentro del sistema logístico.

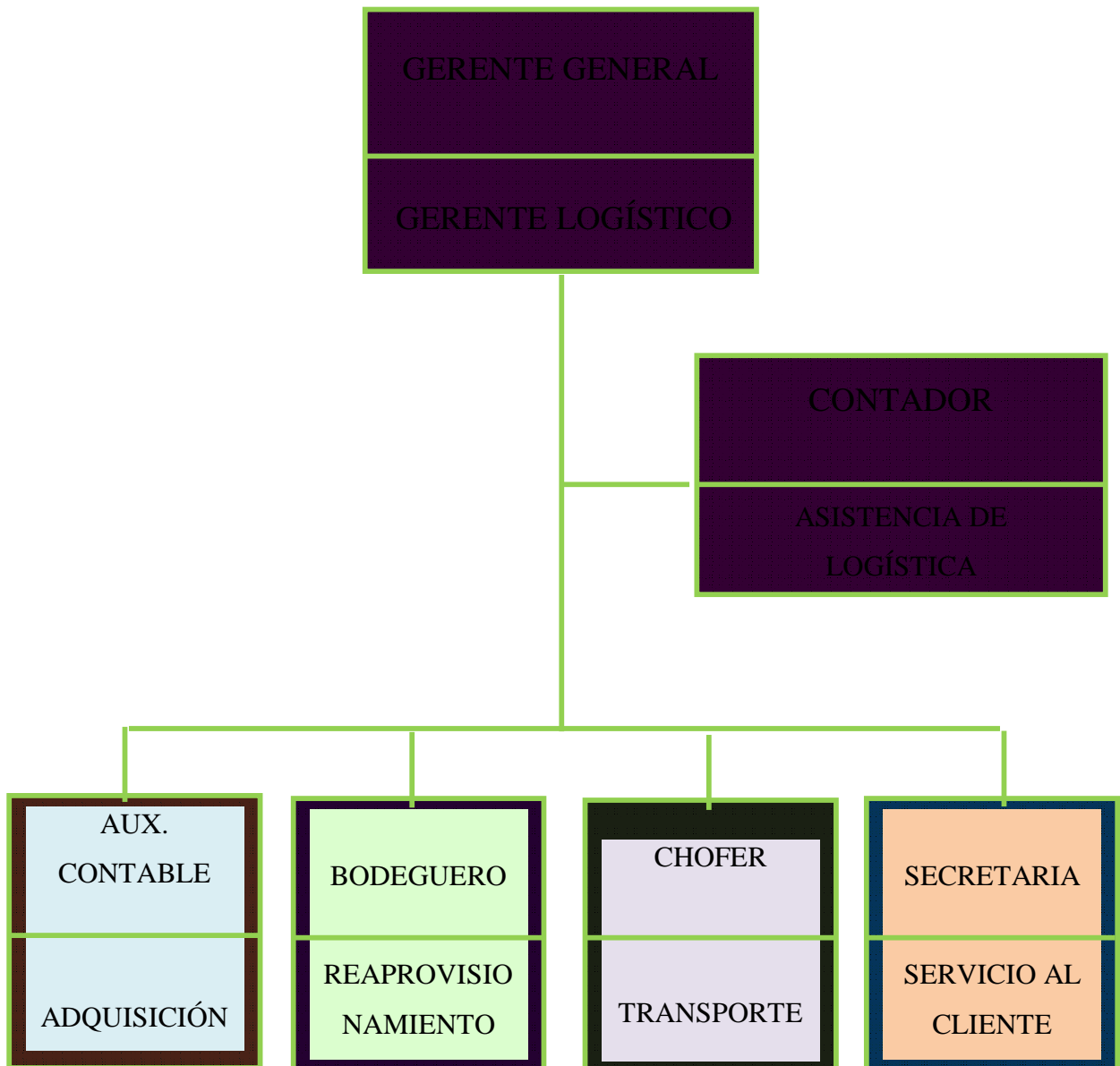
ORGANIGRAMA FUNCIONAL DEL DEPARTAMENTO LOGÍSTICO

DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA



ORGANIGRAMA POSICIONAL DEL DEPARTAMENTO DE LOGISTICA

DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA



ADQUISICIÓN

Esta unidad se encarga del proceso de adquisición de mercaderías para satisfacer las necesidades de inventario, esta puede ser de dos tipos: compras locales e importaciones. El éxito de la unidad de adquisición depende de las decisiones que tome en la selección de proveedores y la negociación de contratos, con el objeto de lograr alianzas estratégicas con los proveedores.

ESTRATEGIAS DE ADQUISICIÓN.

- Lograr alianzas con los proveedores mediante la negociación de precios.
- Colaboración con el proveedor para lograr costo más bajo
- Realizar cotizaciones de los precios de productos
- Estrechar relaciones de negocios con los proveedores
- Llegar a convenios para garantizar la calidad de los productos con los proveedores.

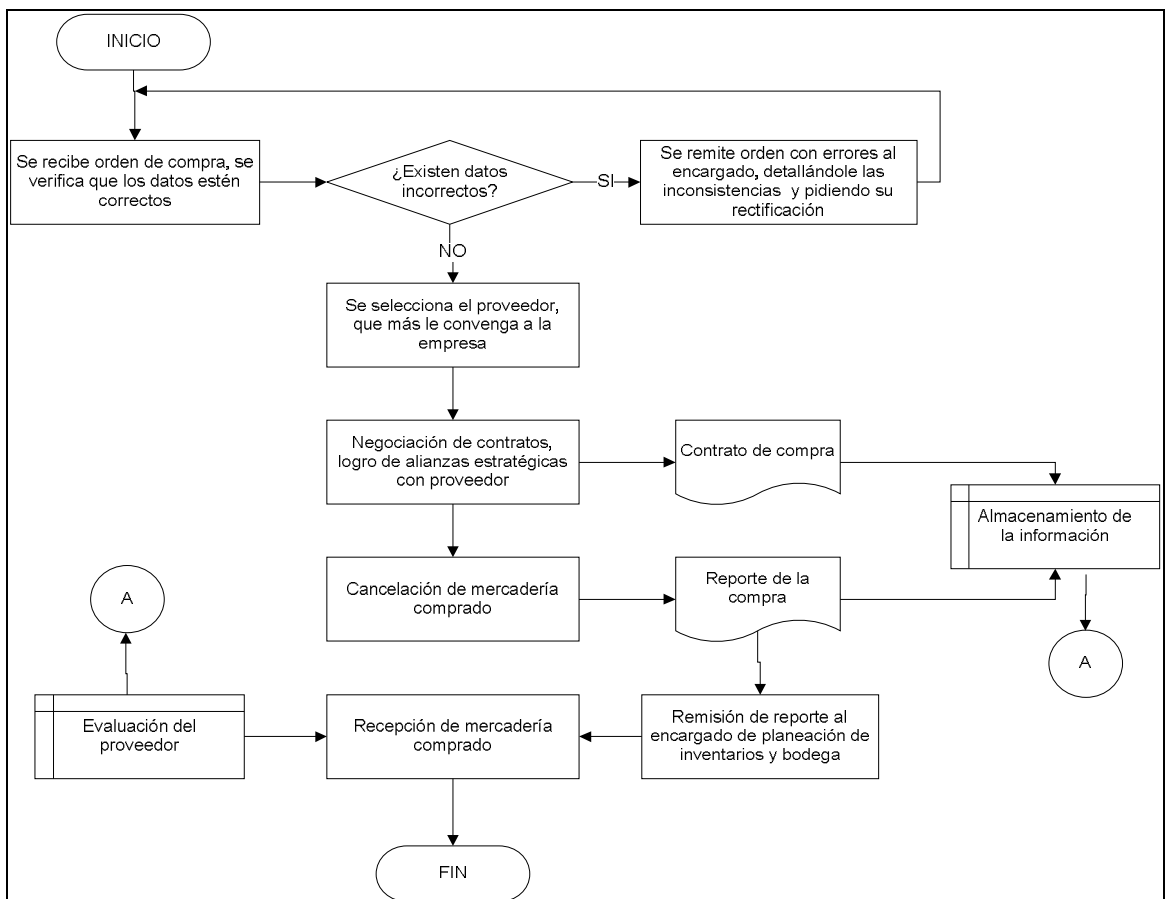
POLÍTICAS DE ADQUISICION.

La función de adquisición es la responsable de:

- Registrar las compras que efectúa la empresa.
- Registrar los contratos que hace la empresa.
- Llevar un registro exacto de las compras en proceso.
- Darle seguimiento a las entregas pendientes.
- Seleccionar y evaluar el desempeño de los proveedores.
- Llevar un registro de averías encontradas en los productos comprados.
- Registro y seguimiento de las devoluciones de productos.
- Elaborar notas de reclamo a los proveedores



Flujograma 1: del proceso de adquisición, selección, negociación y evaluación de proveedores



El proceso de adquisición, selección, negociación y evaluación de proveedores se inicia:

1. Orden de compra
2. Verificación de datos
Si existen datos incorrectos se remite la orden con errores a la Auxiliar Contable detallando las inconsistencias y pidiendo su rectificación
3. Si está correcta la orden de compra se selecciona al proveedor que más le convenga a la empresa
4. Negociación de contratos
Logro de alianzas estratégicas con proveedores
 - Contrato de compra (documento soporte)
 - Archivo del documento
5. Cancelación de la mercadería comprada
6. Reporte de la compra (documento soporte que luego se archiva)
7. Remisión del reporte al encargado de reaprovisionamiento
8. Recepción de la mercadería comprada
9. Fin

REAPROVISIONAMIENTO

El reaprovisionamiento es la base para toda la logística, la cual busca la disponibilidad de los productos, que es el aspecto más importante del servicio al cliente.

El almacén juega un rol crítico y estratégico al asegurar los niveles de servicio al cliente y del desempeño de la logística en general, mejora la exactitud de la logística y de la gerencia

ESTRATEGIA DE REAPROVISIONAMIENTO.

- Efectuar semanalmente el análisis del seguimiento de la demanda.
- Capacitar y monitorear el desempeño de los empleados en la manipulación de los productos dentro del almacén.
- Determinar responsabilidades sobre las inconsistencias del inventario.

POLÍTICAS DE REAPROVISIONAMIENTO

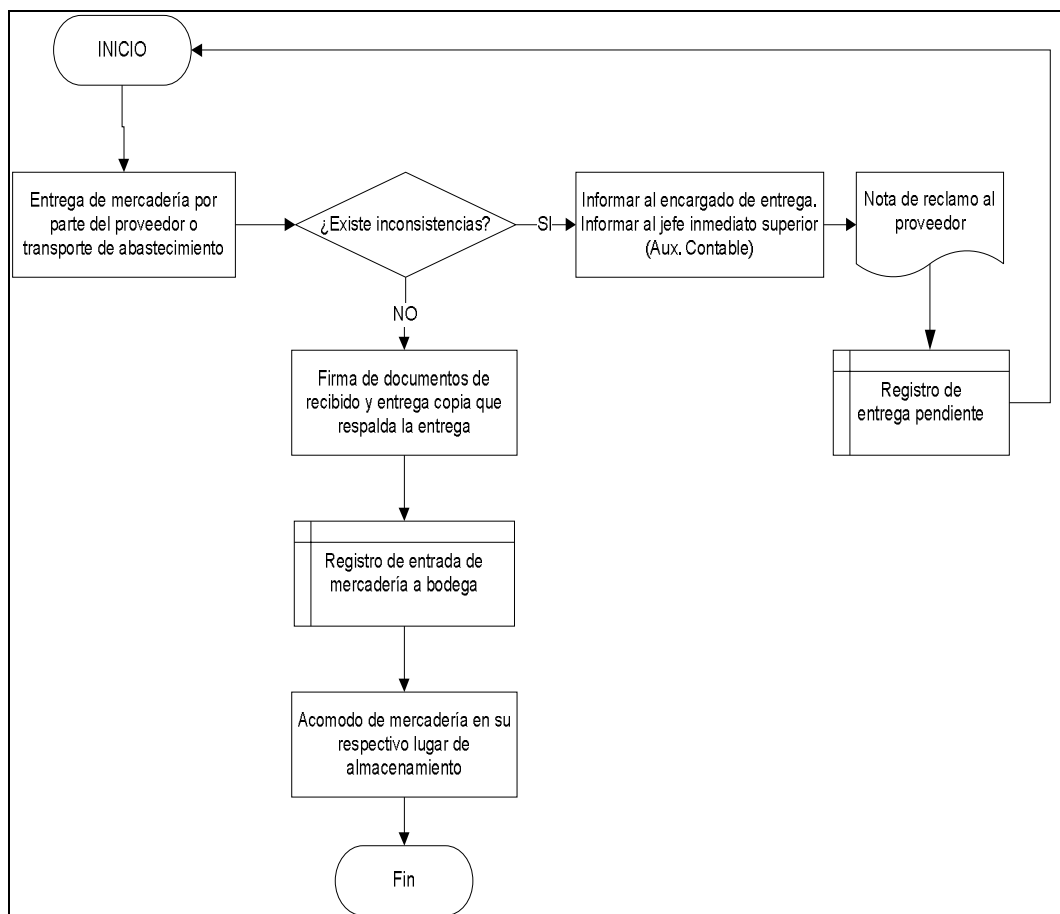


La función de reaprovisionamiento es la responsable de:

- Codificación de los productos con un sistema auto numérico.
- Llevar registro actualizado de las existencias del Inventario.
- Mantener registros de los movimientos que se realizan en el inventario.
- Clasificar los productos de acuerdo a su venta.
- Determinar las cantidades máximas y mínimas por producto.
- Pronosticar la cantidad demanda por producto.
- Realizar las requisiciones para el abastecimiento de inventario.
- Registrar y reportar las averías encontrada en los productos recibidos y almacenados.
- Registrar y darle seguimiento a las inconsistencias sobre inventario físico encontradas.



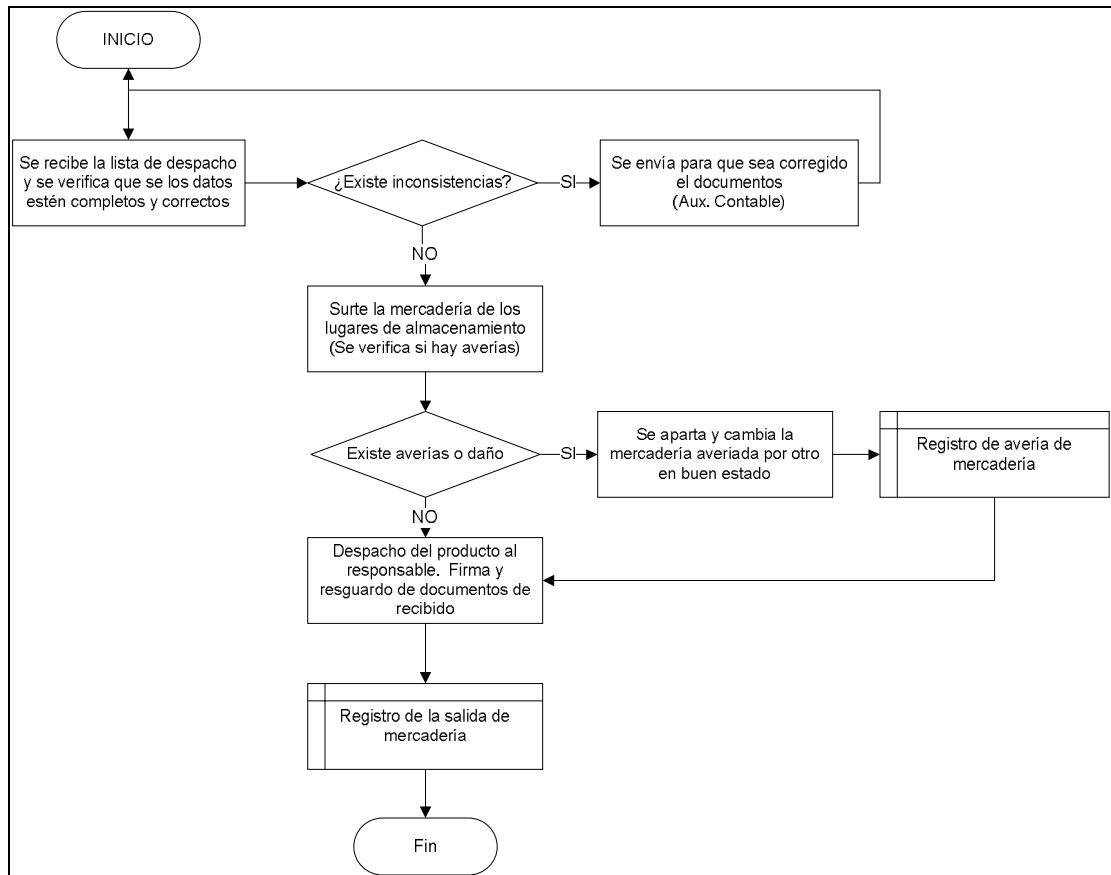
Flujograma 2: Proceso de Recepción y acomodo de mercadería en Repuestos Universales.



El proceso de Reaprovisionamiento de recepción y acomodo de mercadería se lo realiza en los siguientes pasos:

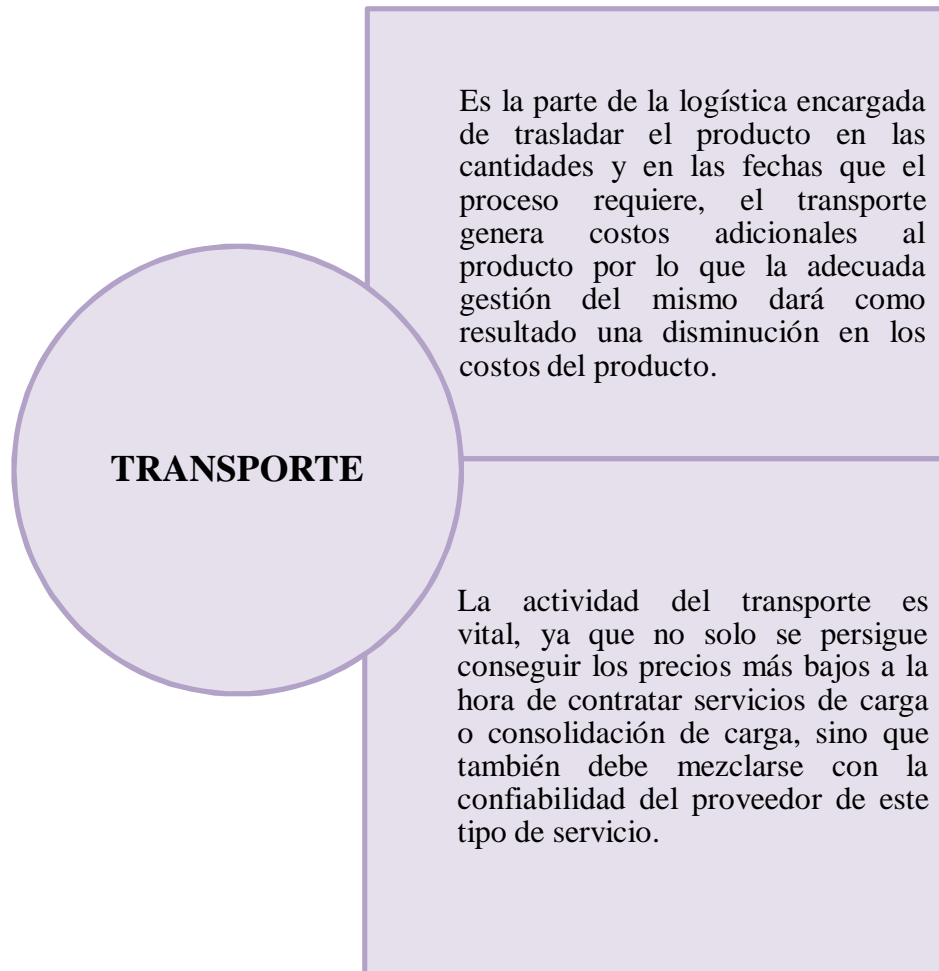
1. Entrega del producto por parte del proveedor o transporte de abastecimiento
 - Si existen inconsistencias informan al encargado de entrega, informan al jefe inmediato superior
 - Envían la nota de reclamo al proveedor
2. Registro de entregas pendientes, regresa al inicio
3. En caso de no existir inconsistencias se firma el documento de recibido y la copia que respalda la entrega
4. Se registra la entrada de mercadería a bodega
5. Acomodo de mercadería en su respectivo lugar de almacenamiento
6. Fin

Flujograma 3.- Proceso de despacho de mercadería en Repuestos Universales

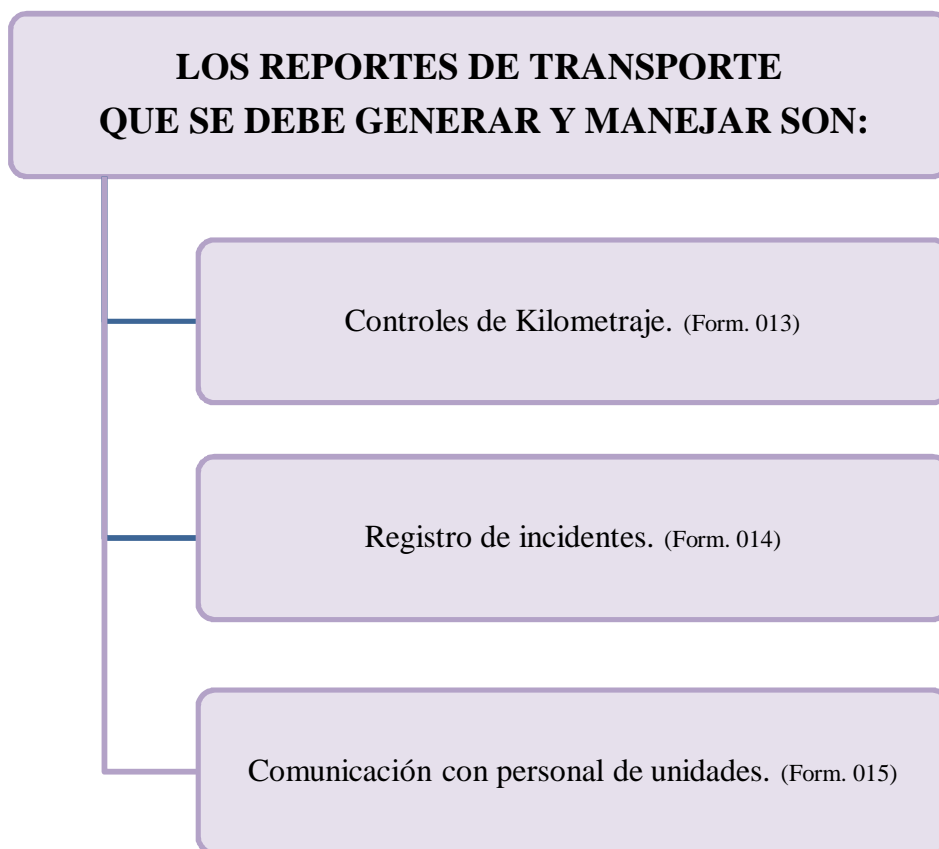
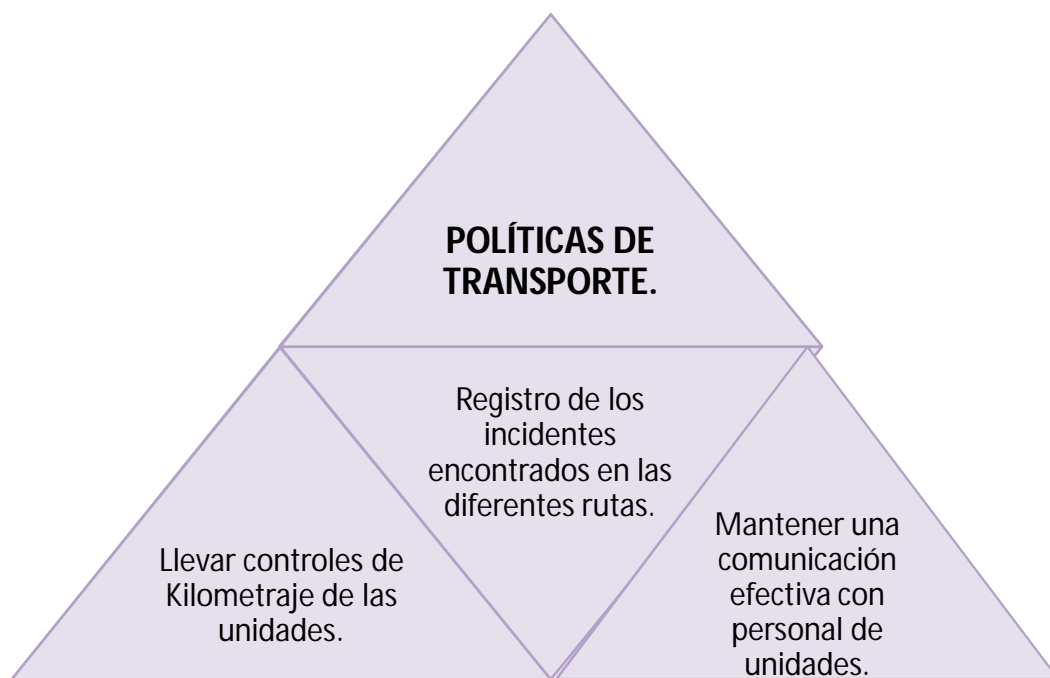


El proceso del despacho de mercadería se origina en:

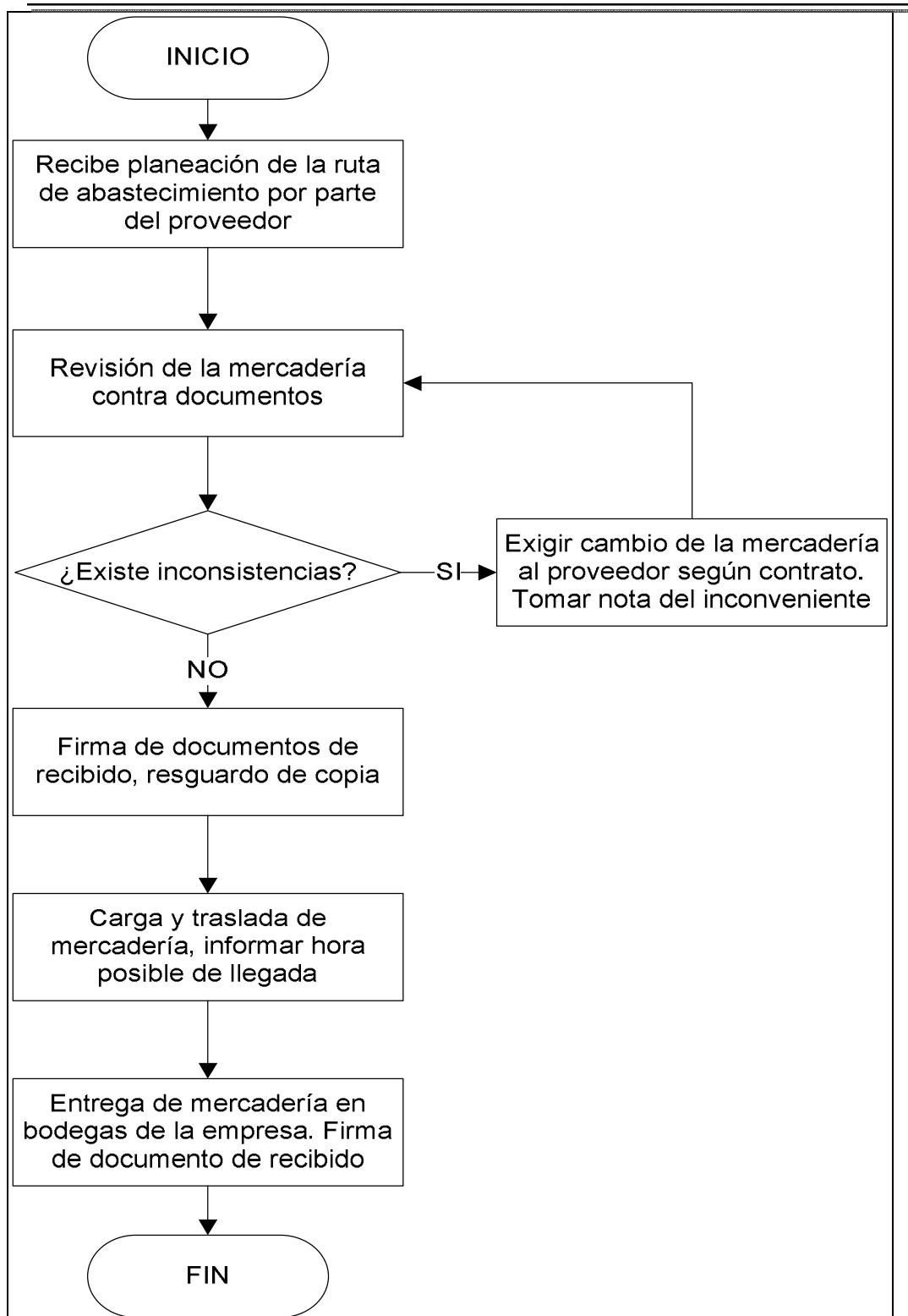
1. Se recibe la lista de despacho y se verifica que la lista estén completos y correctos
2. Si existen inconsistencias se envía para que sea corregido el documento
3. Si no existen inconsistencias se surte la mercadería desde los lugares de almacenamiento y se verifica posibles averías
4. En caso de que si existan averías o daños se aparta la mercadería y se cambia por otro en buen estado (registro interno de averías, Form. 011)
5. En caso de que no existan averías o daños se procede al despacho de la mercadería al responsable.- firma y resguardo del documento soporte de recibido (registro interno de la salida del producto)
6. Fin



ESTRATEGIA DE TRANSPORTE.	
Aprovechar la asociatividad que existe entre los proveedores para que los productos puedan distribuirse eficientemente.	Establecer una red de distribución para los clientes.



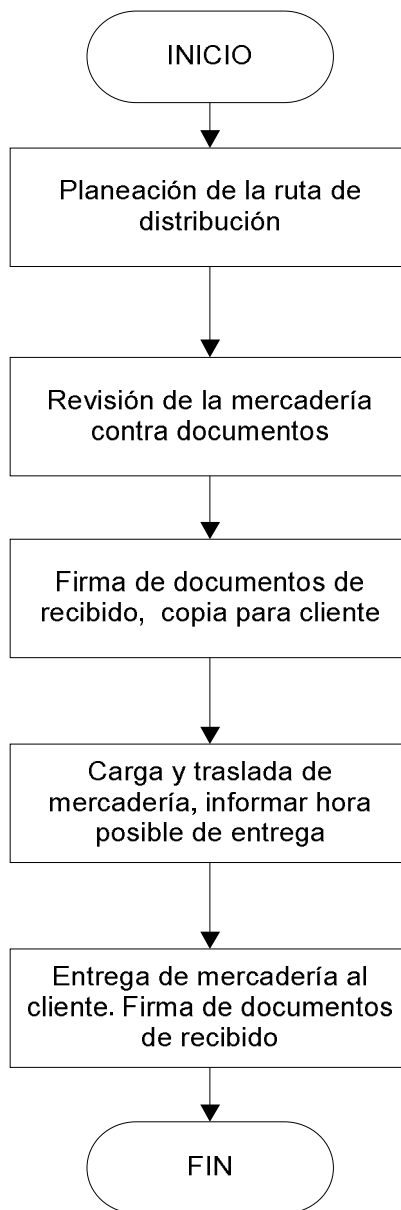
Flujograma 4.- Proceso: Transporte de abastecimiento



El proceso de Transporte de abastecimiento se da en los siguientes pasos:

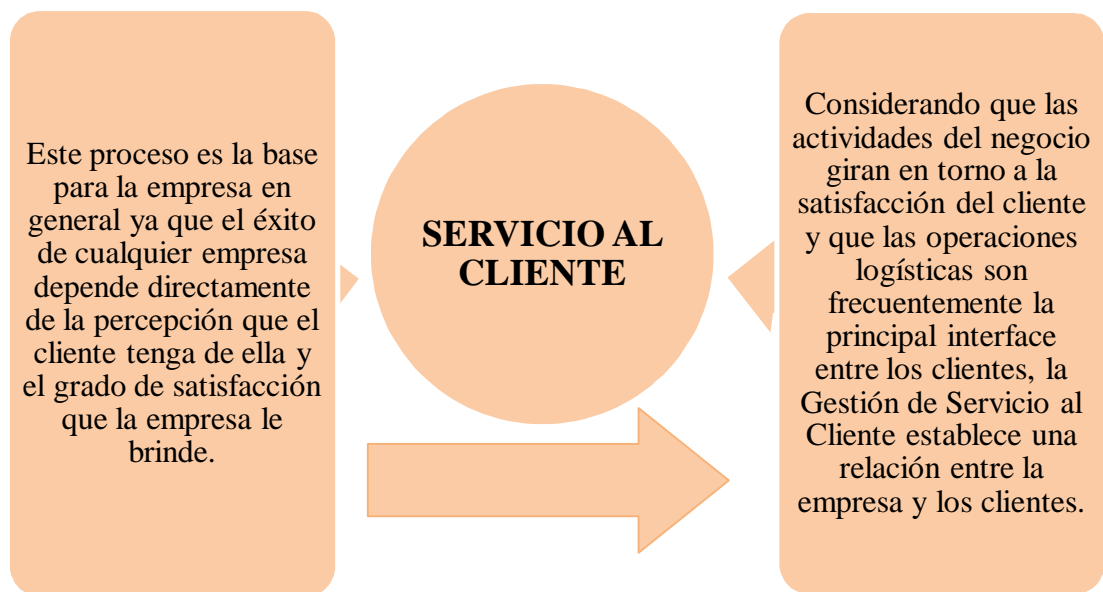
1. Recibe planeación de ruta de abastecimiento por parte del proveedor
2. Revisión de los productos contra documento
3. Si existieran inconsistencias exigir el cambio de la mercadería al proveedor según contrato.- tomar nota del inconveniente
4. Si no existen inconsistencias se firma los documentos de recibido y resguardo de copia
5. Carga y traslado de mercadería, informar posible hora de llegada
6. Entrega de mercadería en bodegas de la empresa
7. Fin

Flujograma 5.- Proceso: Transporte de Distribución



El proceso de transporte de distribución se lo realiza en los siguientes pasos:

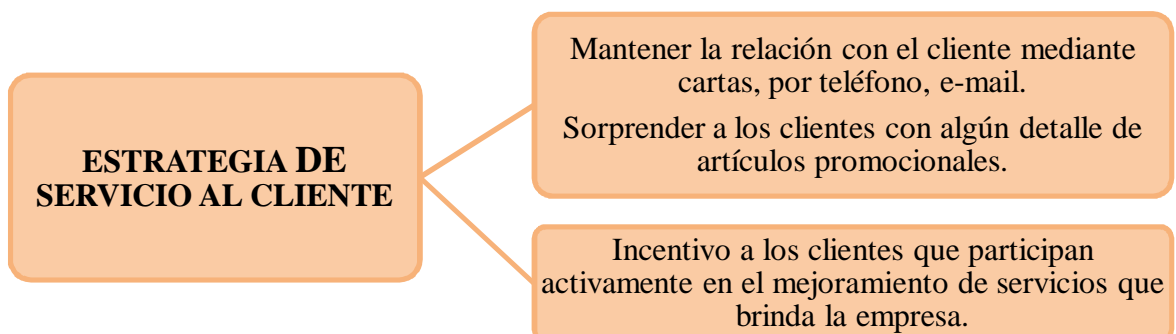
1. Planeación de ruta de distribución
2. Revisión de los productos contra documentos
3. Firma de documentos de recibido. Copias para el cliente
4. Carga y traslado de mercaderías, informar hora posible de entrega
5. Entrega de mercadería al cliente. Firma de documentos de recibido.
6. Fin



POLÍTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE.

La función de servicio al cliente es la responsable de:

- Crear y mantener actualizada una base de datos de los clientes de la empresa.
- Clasificar los clientes de acuerdo a montos totales de compra o frecuencia de compra.
- Mantener informado a los clientes con respecto al estado de sus pedidos.
- Llevar registros de todas las ventas de la empresa.
- Registrar y manejar las quejas que se presenten.
- Efectuar rastreo de productos vendidos.
- Llevar registros de la demanda insatisfecha.





**DOCUMENTACION QUE GENERA CADA ÁREA DEL
DEPARTAMENTO DE LOGÍSTICA**



REPUESTOS UNIVERSALES

Registro de Compras.

Formulario 001.

N° de factura: _____

Fecha de Compra: _____

Proveedor: _____

Tel. Prov.: _____

Forma de Pago: _____

Código del Producto	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total
			Sub Total	\$
			(-)Descuento	\$
			Sub Total	\$
			IVA	\$
			Total Cancelado	\$

Digitado por: _____

Revisado por: _____

Nota: Se imprime del sistema

REPUESTOS UNIVERSALES

Registro de contratos.

Formulario 002

Nº de contrato: _____

Fecha de contrato: _____

Proveedor:

Código del Producto	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Valor Total	Fecha de Entrega

Condiciones de Pago:

Cláusulas de rompimiento:

Proveedor: _____

Representante de la empresa _____

REPUESTOS UNIVERSALES

Registro de entregas pendientes.

Formulario 003

Nº de Contrato: _____

Proveedor: _____

Tel. Prov.: _____

Fecha	Código del Producto	Descripción	Cantidad total del contrato	Precio Unitario	Valor Total	Entregas realizadas	Saldo pendiente de entregar	Fecha de entrega

Observaciones: _____

Elaborado por: _____

REPUESTOS UNIVERSALES

Registro de Proveedores

Formulario 004

Nombre _____ del _____ Proveedor:

N° _____ de _____ Registro:

_____ Teléfono:

Fax: _____

Dirección: _____

Contacto

Nombre: _____

Puesto: _____

Celular: _____

Tel: _____

Fax. : _____

Oficina.: _____

Correo _____ Electrónico:

Clasificación*: _____

*Nota: La clasificación puede ser A,B o C, dependiendo las evaluaciones efectuadas al proveedor en cada compra y las políticas de la empresa.

REPUESTOS UNIVERSALES

Evaluación de Proveedores.

Formulario 005

Indicación:

Conteste sinceramente las siguientes preguntas sobre el desempeño del proveedor.

Opciones

NEGOCIACIONES		SI	NO
1.-	¿El proveedor posee los documentos de registro exigidos por la ley?		
2.-	¿El plazo estipulado de entrega fue corto?		
3.-	¿Las condiciones de entrega fueron favorables?		
4.-	¿ El proveedor brindo facilidades de pago convenientes?		

Opciones

PUNTUALIDAD		SI	NO
5.-	¿Existieron retrasos al momento de la entrega del producto?		
6.-	¿Cumplieron con la fecha negociada en el contrato?		

Opciones

TRATO		SI	NO
7.-	¿El trato proporcionado fue profesional?		
8.-	¿Dieron las recomendaciones para el manejo y trato del producto?		

Opciones

INCONSISTENCIAS		SI	NO
9.-	¿Se dio alguna inconsistencia en el proceso de negociación?		
10.-	¿Existieron inconsistencias en la entrega del producto?		

Observaciones:

Elaborado por: _____

Revisado por: _____

REPUESTOS UNIVERSALES

Registro de averías de compra

Formulario 006

Nº de factura: _____ Fecha de Compra: _____

Proveedor: _____ Tel. Prov. _____

Código del Producto	Descripción	Cantidad total comprada	Precio Unitario	Valor Total	Cantidad total averiada	Valor Total Averiado

Digitado por: _____

Revisado por: _____

REPUESTOS UNIVERSALES

Nota de reclamo y devolución de producto

Formulario 007

Lugar y Fecha: _____

Respetable _____ (nombre del proveedor o del contacto) _____, hacemos de su conocimiento que de acuerdo a la, revisión física de la entrega del producto del contrato N° _____ (numero del contrato o factura) _____, del día _____ (fecha de documento) _____ se rechaza el producto del listado siguiente:

Código Del Producto	Descripción	Cantidad Total comprada	Precio Unitario	Valor Total	Cantidad total en devolución	Valor Total devuelto	Defecto encontrado

Por lo cual se devuelve el producto, para cambio según las especificaciones negociadas

Atentamente

Representante de la Empresa

Proveedor

REPUESTOS UNIVERSALES

Movimiento de Inventarios

Formulario 008

Código de producto: _____ Fecha de registro: _____

Nombre de producto: _____ Tipo de producto: _____

Fabricante: _____ Modelo: _____ Marca de producto: _____

Proveedor: _____ Categoría: _____

Rango de movimiento: del __/__/__ al __/__/__

Fecha de Movimiento	Descripción del movimiento	Entradas	Salidas	Saldo	Precio de Unitario	Precio total

Observaciones:

Revisa

Autoriza

Nota: Se imprime del sistema

REPUESTOS UNIVERSALES

Clasificación de Producto.

Formulario 009

Código de producto: _____ Fecha de registro: _____

Nombre de producto: _____

Identificación de producto: _____

Marca: _____ Modelo: _____ Numero de serie: _____

Unidades vendidas en los últimos 6 meses

Mes 1: _____ Mes 2: _____ Mes 3: _____

Mes 4: _____ Mes 5: _____ Mes 6: _____

Importe de ventas en los últimos 6 meses

Mes 1: _____ Mes 2: _____ Mes 3: _____

Mes 4: _____ Mes 5: _____ Mes 6: _____

Clasificación de producto*: _____

Observaciones:

Revisa

Autoriza

Procesa información

REPUESTOS UNIVERSALES

Abastecimiento de inventario

Formulario 010

Clasificación de producto: _____

Fabricante: _____ Modelo: _____ Marca de producto: _____

Proveedor: _____ Categoría: _____

Código De producto	Descripción	Existencia Máxima	Existencia Mínima	Existencia Requerida	Precio De Costo	Numero de Pedido

Revisa

Autoriza

Procesa información

Nota: Se imprime del sistema

REPUESTOS UNIVERSALES

Reporte de Averías en inventario.

Formulario 011

Nombre de producto: _____ Clasificación de producto: _____

Fabricante: _____ Modelo: _____ Marca de producto: _____

Proveedor: _____ Categoría: _____

Código de Producto	Característica	Observación	Fecha de Venta	Tiempo de Garantía	Tipo de Garantía

- Reparación parcial de producto.
- Cambio de producto

- Reparación total de producto
- Devolución de dinero

Revisa

Autoriza

Procesa

información

Nota: Se imprime del sistema

REPUESTOS UNIVERSALES

Reporte de Inconsistencia de Productos

Formulario 012

Clasificación de producto: _____

Fabricante: _____ Modelo: _____ Marca de producto: _____

Proveedor: _____ Categoría: _____

Código De producto	Descripción	Cantidad según sistema	Cantidad Según conteo físico	Cantidad Inconsistencia	Precio de producto	Total de inconsistencia

Revisa

Autoriza

Procesa información

REPUESTOS UNIVERSALES

Control de Kilometraje

Formulario 013

Nº de Unidad: _____

Marca: _____

Año del equipo: _____

Descripción: _____

Fecha	Hora	Km. Inicial	Misión	Km. Final	Hora	Observaciones

Elaborado por:

Revisado Por: _____

* El número de unidad puede ser el número de la placa.

REPUESTOS UNIVERSALES

Registro de incidentes.

Formulario 014

Nº de Unidad o placa: _____

Marca: _____

Año del equipo: _____

Descripción: _____

Fecha	Hora	Misión	Lugar del incidente	Descripción del incidente

Elaborado por: _____

Revisado Por: _____

REPUESTOS UNIVERSALES

Registro de comunicación

Formulario 015

Fecha y hora de llamada: _____

Nº Unidad o placa de transporte: _____

Responsable: _____

Mensaje:

Observación:

Registro de comunicación

Fecha y hora de llamada: _____

Nº Unidad o placa de transporte: _____

Responsable: _____

Mensaje:

Observación:

Registro de comunicación

Fecha y hora de llamada: _____

Nº Unidad o placa de transporte: _____

Responsable: _____

Mensaje:

Observación:

REPUESTOS UNIVERSALES

Bases de Datos Clientes

Formulario 016

Código de Cliente: _____

Nombre de Cliente: _____ Apellido de Cliente: _____

Dirección: _____

Ciudad: _____ Municipio: _____ Departamento: _____

Número telefónico Principal: _____ Número telefónico alterno: _____

Correo Electrónico: _____

Documento Único: _____

Razón Económica: _____

Clasificación*: _____

Personas Autorizadas para compras:

Nombre

1: _____

Nombre

2: _____

Observaciones:

Espacio reservado para empresa:

Revisa

Autoriza

Nota: Se imprime del sistema

REPUESTOS UNIVERSALES

Clasificación de Clientes

Formulario 017

Código de Cliente: _____

Nombre de Cliente: _____ Apellido de Cliente: _____

Documento Único: _____

Razón Económica: _____

Fecha de Inicio de compra: _____ Fecha de Ultima Compra: _____

Condiciones de Compra: _____

Descuento si aplica: Si: _____ No: _____ Porque: _____

Montos de Compras en los últimos 6 meses

Mes 1: _____ Mes 2: _____ Mes 3: _____

Mes 4: _____ Mes 5: _____ Mes 6: _____

Puntualidad de pagos plazos de pagos:

Clasificación de Cliente*: _____

Espacio reservado para empresa:

Revisa

Autoriza

Fecha y hora de procesado: _____

* Puede ser A, B, o C dependiendo de las políticas de servicio al cliente de la empresa

REPUESTOS UNIVERSALES

Reporte de Ventas

Formulario 018

Código de Cliente: _____
Nombre de Cliente: _____ Apellido de Cliente: _____
Documento Único: _____
Razón Económica: _____
Número de Cotización: _____
Código de Vendedor: _____ Sucursal: _____
Nombre de Vendedor: _____
Fecha de Venta de Producto: _____
Código de Producto _____ Descripción de producto _____
Cantidad Precio Unitario _____ Total _____

Forma de Pago

Contado: _____ Crédito: _____
Efectivo: _____ Tiempo de Crédito: _____ Tarjeta de Crédito: _____
Número de Tarjeta de Crédito: _____ Emisor: _____
Fecha de Vencimiento: _____ Cheque: _____
Numero de Cheque: _____ Institución que respalda: _____

Revisa

Autoriza

Nota: Se imprime del sistema

REPUESTOS UNIVERSALES

Reporte de Quejas

Formulario 019

Código de Cliente: _____

Nombre de Cliente: _____ Apellido de Cliente: _____

Dirección: _____

Ciudad: _____ Municipio: _____ Departamento: _____

Número telefónico Principal: _____ Número telefónico alterno: _____

Correo Electrónico: _____

Documento Único: _____ Crédito Fiscal: _____

Razón Económica: _____

Fecha de queja: _____ Hora de queja: _____

Motivo de queja:

Mal servicio de Atención: _____ Cobro Indebido: _____

Retraso en la Cotización: _____ Retraso a la hora de pagar: _____

Retraso en la entrega de producto: _____

Retraso en la entrega de factura: _____

Mal servicio de despacho: _____ Producto averiado: _____

Mal servicio de garantía: _____ Inexistencia de producto: _____

Comentarios adicionales:

Revisa

Autoriza

BIBLIOGRAFÍA

BRAVO VALDIVIESO, Mercedes. Contabilidad General. Sexta Edición. Editorial Nuevo Día. Quito Ecuador 2002.

CHONLVIS Francisco, Diccionario de Contabilidad. Terminología de la Contabilidad y otras Voces y Expresiones de Uso Común en el Campo de la Materia. Tomo II. Editorial Quito - Ecuador.

DE LA TORRE, Ernesto y Ramiro Navarro, Metodología de Investigación, p.3.

GISPERT, Carlos. Diccionario de Administración y Finanzas, Editorial Océano Centrum MCMXXXIII. Edición, Barcelona España año 2003.

HERRERA E. Luis (2008) en su Tutoría de la Investigación Científica.

LEVIN Y RUBIN (1996) Metodología de la Investigación (p. 72).

MUÑOZ Z, Rubén Darío. MORA G Luis Aníbal, Diccionario de Logística y Negocios Internacionales, 1era. Edición. Medellín 2002.

PAGANO, Robert. Estadística para las Ciencias del Comportamiento. Cap. 18. Pág. 534. 7ª Edición. Año 2006.

TERRY, Jorge R. Principio de Administración Logística Empresarial Séptima Edición Editorial Continental México.

RODRÍGUEZ VALENCIA, Joaquín. Administración I, Editorial International Thompson Editores Segunda Edición, México Año 2006.

UBIDIA TABIA, Carmita. Contabilidad General 2da. Edición. Editorial Nuevo Día Quito Ecuador 2001.

WEBGRAFIA

http://www.t21.com.mx/comercio_t21/02.06.07/pdf/pg_6.pdf

<http://www.camae.org/extranet/Boletines/Boletin.aspx?id=14>

<http://www.slideshare.net/jcfdezmx2/gestin-moderna-de-inventarios>

<http://www3.espe.edu.ec:8700/bitstream/21000/3367/2/T-ESPE-031216-P.ppt>

<http://www.bibliociencias.cu/gsd/collect/eventos/index/assoc/HASH513c.dir/doc.pdf>

<http://www.eie.fceia.unr.edu.ar/ftp/Gestion%20de%20la%20calidad/LOGiSTICA.doc>

<http://webdelprofesor.ula.ve/ingenieria/jorgep/images/stories/inventarios.pdf>

ANEXOS

ANEXO 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Encuesta dirigida al Personal Administrativo de Repuestos Universal

Objetivo: Recabar información sobre el control del flujo de repuestos automotrices para maquinaria pesada.

INSTRUCCIONES

Lea detenidamente cada enunciado, marque una sola alternativa con una X dentro de la casilla correspondiente que refleje su criterio.

1. Usted como empleado, de acuerdo a qué criterios se guía para cumplir con su trabajo?
Órdenes del gerente ()
Orden del Contador ()
Manual de funciones ()
2. ¿Realizan una planificación y coordinación logística previa a la adquisición de mercadería importada?
Siempre ()
Algunas Veces ()
Nunca ()
3. ¿Considera usted que la atención al público es primordial dentro de la empresa?
Si ()
No ()
4. Existe flujo de información durante el proceso de importación de mercadería importada?
Siempre ()
Algunas Veces ()
Nunca ()
5. ¿Existe separación de funciones entre la persona que recibe, registra, archiva y entrega los productos?
Siempre ()
Algunas Veces ()
Nunca ()

6. La empresa determina anticipadamente costos totales de venta al público?
Siempre ()
Algunas Veces ()
Nunca ()
7. Existe retraso en la entrega de repuestos automotrices debido a la importación, y por eso se elevan los costos ya proformados?
Siempre ()
Algunas Veces ()
Nunca ()
8. ¿Qué estrategias utiliza para la venta de mercaderías en la empresa?
Atención personalizada ()
Optimización de recursos ()
Entrega a tiempo de mercadería ()
Facilidades de pago ()
9. Los objetivos empresariales a corto y mediano plazo se están cumpliendo?
Si ()
No ()
10. ¿El proceso de importación es el que mayor control requiere por parte de Contabilidad?
Siempre ()
Algunas Veces ()
Nunca ()

Gracias por su colaboración

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

Encuesta dirigida a los clientes de Repuestos Universales

Objetivo: Recabar información sobre el control del flujo de repuestos automotrices para maquinaria pesada.

INSTRUCCIONES

Lea detenidamente cada enunciado, marque una sola alternativa con una X dentro de la casilla correspondiente que refleje su criterio.

1. ¿Por qué prefiere comprar en Repuestos Universales?
Por sus precios ()
Por su variedad en stock ()
Por el cumplimiento en la mercadería ()

2. ¿Existe una verificación de mercadería previo a su entrega?
Siempre ()
Algunas Veces ()
Nunca ()

3. ¿Usted como cliente, está satisfecho con la atención brindada?
Siempre ()
Algunas Veces ()
Nunca ()

4. ¿Son respetados los precios de la factura proforma?
Siempre ()
Algunas Veces ()
Nunca ()

5. ¿Usted recibe información mientras dura el proceso de importación de la mercadería?
Siempre ()
Algunas Veces ()
Nunca ()

6. ¿Sus solicitudes de mercadería son atendidas a tiempo?
Siempre ()
Algunas Veces ()
Nunca ()

7. ¿Usted ha tenido problemas en sus compras en Repuesto Universal?
- No entregan facturas acorde al precio ()
 - Demora en los pedidos ()
 - Alteración en los precios acordados ()
8. ¿Son informados a tiempo sobre una alza de precios?
- Siempre ()
 - Algunas Veces ()
 - Nunca ()
9. ¿Cree usted que en repuestos universales existe coordinación y planificación para la compra de mercaderías?
- Si ()
 - No ()
10. ¿Según su opinión que aspectos se puede mejorar en Repuestos Universales?
- Atención al cliente ()
 - Precios Justos ()
 - Calidad de productos ()
 - Entrega inmediata ()

Gracias por su colaboración

ANEXO 2

La primera columna (gl) localiza cada distribución χ^2 . Las otras columnas indican la proporción de área debajo de la distribución χ^2 que está más allá del valor indicado de χ^2 . Los valores de χ^2 bajo los encabezados de 0.05 y 0.01 son los valores críticos de χ^2 para $\alpha = 0.05$ y 0.01. Para ser significativo $\chi^2_{\text{obt}} \geq \chi^2_{\text{crit}}$.

Grados de libertad gl	P=,99	0,98	0,95	0,90	0,80	0,70	0,50	0,30	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01
1	0,0001 6	0,0006 3	0,0039 3	0,0158	0,0642	0,158	0,455	1,074	1,642	2,706	3,841	5,412	6,635
2	0,0201	0,0404	0,103	0,211	0,446	0,713	1,386	2,408	3,219	4,605	5,991	7,824	9,21
3	0,115	0,185	0,352	0,584	1,005	1,424	2,366	3,665	4,642	6,251	7,815	9,837	11,341
4	0,297	0,429	0,711	1,064	1,649	2,195	3,357	4,878	5,989	7,779	9,488	11,668	13,277
5	0,554	0,752	1,145	1,61	2,343	3,000	4,351	6,064	7,289	9,236	11,07	13,388	15,086

Fuente: Estadística para las Ciencias del Comportamiento. (2006). Cap. 18. Pág. 534. 7ª Edición.

ANEXO 3
GLOSARIO DE TÉRMINOS

ARANCEL:	Es un impuesto aplicado a los bienes importados de una nación.
BARRERAS ARANCELARIAS:	Son los impuestos (aranceles) que deben pagar en un país los importadores y exportadores en las aduanas por la entrada o salida de las mercancías.
BODEGA:	Espacio destinado al almacenamiento de distintos bienes. Se encuentran generalmente en industrias, puertos y aeropuertos.
ESTRATEGIA EMPRESARIAL:	Que el conjunto de orientaciones, metas y medios que se identifican con la finalidad de definir un derrotero a la empresa. Es como un gran paraguas bajo el cual se establecen todas las acciones, tácticas y operativas, de aquella.
CADENAS DE DISTRIBUCIÓN:	Trata de cómo hacer llegar físicamente el producto (bien o servicio) al consumidor; la distribución comercial es responsable de que aumente el valor tiempo y el valor lugar a un bien.

CADENA DE SUMINISTRO:

Es una red de instalaciones y medios de distribución que tiene por función la obtención de materiales, transformación de dichos materiales en productos intermedios y productos terminados y distribución de estos productos terminados a los consumidores.

CADENAS DE VALOR:

Se enfoca en la identificación de los procesos y operaciones que aportan valor al negocio, desde la creación en la demanda hasta que ésta es entregada como producto final.

CARGA CONTENERIZADA:

Permite ejecutar la logística de embarque de contenedores completos con opciones múltiples y precios competitivos.

COSTES DE ALMACENAMIENTO:

Son los costes asociados con la posesión o manejo del inventario a través del tiempo.

COSTOS LOGÍSTICOS:

Es la suma de los costos involucrados en la empresa en mover y almacenar materiales y productos desde los proveedores hasta los clientes. En estos se incluyen costos de transporte, rentas y depreciaciones de almacenes, inventarios, personal involucrado en estas tareas, sistemas, comunicaciones

y energía, por mencionar algunos de los principales elementos.

COSTOS DE OPORTUNIDAD:

Presentan en los proyectos de inversión cuando la empresa debe usar ciertos recursos que ya tiene para realizar dicho proyecto. Por ejemplo, imagine que una empresa tiene un edificio que se usó como almacén hace algunos años, pero que ahora está vacío.

DEMANDA:

En economía se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor (demanda individual) o por el conjunto de consumidores (demanda total o de mercado), en un momento determinado. La demanda es una función matemática.

DESCUENTOS:

Es una operación que se lleva a cabo en instituciones bancarias en las que éstas adquieren pagarés o letras de cambio de cuyo valor nominal se descuenta el equivalente a los intereses que generaría el papel entre su fecha de emisión y la fecha de vencimiento.

DEFASE:	Entre dos ondas es la diferencia entre sus dos fases. Habitualmente, esta diferencia de fases, se mide en un mismo instante para las dos ondas, pero no siempre en un mismo lugar del espacio.
FLUJO DE LA INVERSIÓN:	Es la cantidad de dinero destinada a la formación de capital durante un período determinado.
GESTIÓN DE INVENTARIOS:	Es el sistema es accionado por tiempo, debe mantener un inventario promedio mayor para proteger contra falta de existencias durante el período de revisión.
INFLACIÓN:	Es el aumento del costo de la vida sin que las personas puedan mejorar su salario. Es el aumento general y continuado en el tiempo de los precios.
SATISFACCIÓN AL CLIENTE:	El nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas.
INVENTARIOS:	Son bienes tangibles que se tienen para la venta en el curso ordinario del negocio o para ser consumidos en la

producción de bienes o servicios para su posterior comercialización.

LIQUIDEZ:

Es la capacidad que tiene una persona o familia para cumplir con sus obligaciones financieras a corto plazo.

LOGÍSTICA EMPRESARIAL:

Cubre la gestión y la planificación (Administración) de las actividades de los departamentos de compras, producción, transporte, almacenaje, manutención y distribución.

MERCADO COMPETITIVO:

Mercado en el que hay muchos compradores y vendedores que intercambian productos idénticos, por lo que cada uno de ellos es precio-aceptante (no puede afectar individualmente al precio de mercado, sino que lo toma como dado).

OPTIMIZAR RECURSOS:

La optimización es empleada para que una tarea se realice más rápidamente.

PLANIFICACIÓN:

Es un proceso gradual, por el que se establece el esfuerzo necesario para cumplir con los objetivos de un proyecto en un tiempo u horario que se debe cumplir para que la planificación sea exitosa.

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: La capacidad de observación y anticipación frente a desafíos y oportunidades que se generan, en el macro entorno y el micro entorno.

PRODUCTIVIDAD: Es la relación entre la producción obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción.

RENTABILIDAD: Se refiere, a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado.

REMISIÓN: Medio de extinción de la obligación tributaria. Condonación de la obligación de pago de los tributos, intereses y sanciones que se concede por ley especial y en la forma y condiciones que esa ley establezca.

RENDA BRUTA: A los fines del Impuesto sobre la Renta, monto resultante de restar a los ingresos brutos computables señalados en la correspondiente ley, el costo de los productos enajenados y de los servicios prestados en el país.

ROTACIÓN DE INVENTARIOS: Es el indicador que permite saber el número de veces en que el inventario es realizado en un periodo determinado.

SISTEMA LOGÍSTICO DE INVENTARIOS: Es la planificación y coordinación de los aspectos del movimiento físico de las operaciones en una empresa, de manera tal que el flujo de materiales, partes y mercancías terminadas, sea logrado de una forma que minimice los costos totales, para los niveles de servicio deseado.

TASA: tributo cuyo hecho imponible consiste en la utilización de un bien del dominio público, la prestación de un servicio público o la realización por parte de la Administración de una actividad que se refiera, afecte o beneficie de forma especial, a determinado sujeto pasivo.

TRIBUTOS: Prestación pecuniaria que el Estado u otro ente público exige en ejercicio de su poder de imperio a los contribuyentes con el fin de obtener recursos para financiar el gasto público. Se clasifican en impuestos, tasas, precios públicos, contribuciones especiales y exacciones parafiscales.