“Utilización de la Metodología de Gestión de Procesos para la distribuidora DISCARDENAS (Distribuidor de bebidas de consumo moderado)”

Ericka Lorena Delgado Segura [1], Carlos Luis Arévalo Satán [2], Jorge Stalin Quichimbo Morán [3], Jaime Lozada [4]
Instituto de Ciencias Matemáticas [1, 2, 3], Facultad de Ingeniería en Electricidad y Computación [4], INCAE [4]
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL) [1, 2, 3, 4], INCAE - Costa Rica [4]
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral, Apartado 09-01-5863, Guayaquil, Ecuador [1, 2, 3, 4]
Egresada de la carrera de Ingeniería en Estadística Informática, eldelgad@gmail.com [1]
Egresado de la carrera de Ingeniería en Estadística Informática, arevalocharlie@hotmail.com [2]
Egresado de la carrera de Ingeniería en Estadística Informática, emibar65@hotmail.com [3]
Director de tesis, Ingeniero en Electrónica de la ESPOL, 1998, Master in Business Administration, INCAE, 2003, Profesor de la ESPOL desde 2003, jlozada@espol.edu.ec [4]

Resumen

Este trabajo presenta los resultados obtenidos al aplicar la Metodología de Gestión de Procesos a la Distribuidora DISCARDENAS (ventas de bebidas de consumo moderado).

Para la aplicación de esta metodología, se ha tomado en cuenta la percepción de los clientes de la Distribuidora DISCARDENAS respecto al servicio de venta que éste ofrece, a través de un estudio de mercado que incluye una serie de pasos que nos ayudarán a determinar qué procesos están fallando, y así poder ejecutar la aplicación del sistema que se quiere implantar para la mejora de los procesos de la mencionada empresa.

Durante el desarrollo de este proyecto se muestra la utilización de técnicas estadísticas univariados y bivariados (tablas de contingencia), que permiten identificar las deficiencias en los procesos y plantear posibles soluciones a los mismos, a través de Sistemas de metodologías (Balanced Scorecard), y Sistemas de Control de Gestión Estratégicas.

Palabras Claves: Gestión de Procesos, metodología, análisis univariado y bivariado, Fuentes, Técnicas.

Abstract

This paper presents the results obtained by applying the Methodology of Process Management to Distribuidora DISCARDENAS (sales of moderate drinking).

For applying this methodology, it has been taken into account the perception of customers of DISCARDENAS regarding the sales service it offers, through a market research that includes a series of steps that will help us determine which processes are failing, in order to run the system application to be implemented to improve the processes of that company.

During the development of this project it is shown the use of univariate and bivariate statistical techniques (contingency tables), which help identify deficiencies in processes and propose possible solutions to them, through Methodology Systems (Balanced Scorecard), and Strategic Management Control Systems.

Key Words: Process Management, methodology, univariate and bivariate analysis, Sources, Techniques.

1. Introducción

El mundo de las ventas hoy en día, es primordial para el desarrollo y crecimiento de las empresas, es por esto que se vuelve indispensable que al ente consumidor se le ofrezca un producto que le sea agradable y servible para poder comprarlo y consumirlo.

Pero hay que rescatar que las ventas por sí solas no podrían funcionar si no están acompañadas de una buena estrategia y metodología de ventas, lo cual es una ciencia, porque requiere de mucho ingenio y competitividad, requiere valerse de muchos conocimientos y estudios, conocer de las necesidades de los clientes, además de sus gustos y preferencias.

El mayor logro dentro de una venta, es la satisfacción del consumidor al que se le está ofreciendo el producto o servicio, y que éste quede tan complacido que se vea en la necesidad de volver a adquirir el producto ofertado, de allí nacería la definición de cliente, que hace referencia al nivel de fidelidad de compra.

Dado que los clientes son el sostén de toda organización comercial, es importante ofrecerles un servicio de calidad, es decir, cumplir con la mayoría, o en el mejor de los casos, con todos los requisitos que soliciten. Una de las maneras de alcanzar este objetivo es mejorando los procesos de la organización, en el caso de DISCARDENAS, se enfoca en los procesos de venta y distribución del producto, y para ello se aplicará la metodología Balanced Scorecard (BSC) basada en la Gestión de Procesos, para lo cual se utilizará algunas técnicas estadísticas que ayudarán a la identificación de actividades ineficientes para su posterior mejora.

Se presentará un análisis de los resultados obtenidos a partir de una investigación realizada sobre una muestra de potenciales clientes de DISCARDENAS para conocer la percepción que tienen respecto al servicio de distribución que se les brinda.

Posteriormente se presentará el análisis realizado sobre el proceso de distribución donde se identifica las actividades que la hacen ineficiente; se indica además las mejoras que se implementan junto con los controles (indicadores) que permitirán un continuo monitoreo del proceso.

Luego se realiza un análisis de los resultados obtenidos a partir de una investigación realizada sobre una muestra de la base de clientes de DISCARDENAS para conocer la percepción que tienen respecto al servicio de distribución que se les brinda, luego de haber realizado las mejoras descritas anteriormente.

Para conocer la satisfacción de los clientes es necesario hacer un estudio, y de esta manera conocer las falencias de la gestión de ventas que sigue la Distribuidora DISCARDENAS.

Para ello se ha decidido hacer una investigación de mercado y luego un análisis estadístico en base a la información obtenida a través de este estudio, luego se procederá a realizar una encuesta como parte del estudio de mercado en el que se aplicará un formulario a los clientes para conocer su satisfacción con respecto a los servicios que obtienen de la empresa.

DISCARDENAS, realiza su gestión de ventas basado en el sistema de autoventa, el cual muestra debilidades con respecto a la cobertura de clientes, lo cual no permite un mayor crecimiento en ventas dando cabida a la competencia.

Se realizará entrevistas a los dueños o administradores de los locales indagando datos referenciales, de preferencias y capacidad de compra.

Para efectuar el análisis de los resultados de una entrevista, es importante realizar un adecuado uso del contenido del cuestionario que se ha utilizado durante la investigación, en este caso, los datos que se recopilarán de la población objetivo (potenciales clientes de la distribuidora DISCARDENAS), son de una base actualizada de los clientes en potencia de la distribuidora DISCARDENAS, y el objetivo es, analizar de forma individual las características que se están investigando de una población, a través de un análisis de las variables que han sido investigadas a través del cuestionario que ha sido aplicado a una muestra aleatoria de la población total de los potenciales clientes.

Las características de conformidad a medir se las presenta en forma de proposiciones, las cuales son calificadas por el entrevistado con un número del 1 al 5, donde 1 es la menor calificación y 5 la máxima calificación.

Los resultados de la calificación brindada a cada una de las proposiciones se presentan en la Tabla 1.

TABLA 1: Frecuencias Absolutas

		X_5	X_6	X_7
Calificación	**1**	50	33	40
	2	48	57	15
	3	23	27	26
	4	20	25	64
	5	4	3	0
		145	145	145

Elaboración: Propia
Fuente: Encuesta

Al plantearse la proposición X_5, *"Considero que la atención brindada por el personal de DISCARDENAS, en las instalaciones de ésta, es el adecuado"*, 50 de 145, es decir un 34,4% de los clientes entrevistados, dicen estar insatisfechos con el personal que atiende en DISCARDENAS, y solo un 2,7% dice estar muy satisfecho.

Al evaluar la proposición X_6, *"Considero que la atención brindada por el personal de distribución de DISCARDENAS es el adecuado"* un 39,3% de las personas entrevistadas dicen estar insatisfechas con lo planteado, mientras que solo un 2% se muestra muy satisfecho.

Se evalúa la proposición X_7, *"Considero que el Horario de distribución de productos de DISCARDENAS es el adecuado"*, y se obtiene que 40 de 145 clientes opinan estar muy insatisfechos con el horario de distribución, así como 64 de 145 dicen estar satisfechos y ninguno opina estar muy satisfecho.

Estos resultados serán comparados con un análisis posterior a la implementación del sistema de gestión basada en procesos.

2. Referencias

[1] Balanced Scorecard, www.balancedscorecard.com.mx, última visita 19 de febrero de 2009.

[2] Johnson, R. and Wichern (1998), *"Applied Multivariate Statistical Analysis*", Cuarta Edición Prentice Hall, Upper Saddle River, New jersey, USA.

[3] Perez, C. *(2000). "Técnicas de Muestreo Estadístico-Teoría, Práctica y Aplicaciones Informática", Editorial Alfaomega, Mexico D.F, México.*

[4] Mendenhall, W. (1994). *"Probabilidad y Estadística para Ingeniería y Ciencias", Editorial Prentice-Hall, México D.F, México*

3. Conclusiones y resultados

En base a los resultados presentados se puede concluir lo siguiente:

- Luego de implementar el sistema de preventa, se observa que un 93% de los clientes se muestran indiferentes en relación a la atención recibida en las instalaciones de DISCARDENAS, debido a que los clientes no se ven en la necesidad de ir hacia la distribuidora sino que son atendidos en los propios locales.
- El 77% de los clientes se encuentra satisfecho con el servicio brindado por el personal de distribución, específicamente porque se cumple con la frecuencia establecida.
- De la misma manera el 86% de los clientes se encuentran satisfechos con el horario de frecuencia de visita establecido, ya que en la opinión de ellos les permite organizar anticipada y adecuadamente las compras del producto
- Se nota una mejoría de la percepción que tienen los clientes de DISCARDENAS, referente al servicio que ésta brinda, de manera general, ya que de un 54% se llega a un 59% de clientes quienes piensan que sus expectativas si han sido satisfechas.
- Los cambios implementados han incrementado el gasto administrativo en un 7%.
- De manera opuesta, los gastos operacionales, específicamente el rubro por combustible disminuyó, que de $2368 pasó a $1800.
- Comparando el valor del presupuesto mensual antes y después de las implementaciones realizadas, se observa que existe un ahorro del 3%.

En base a las conclusiones presentadas se dan las siguientes recomendaciones:

1. Se recomienda en lo posterior realizar un estudio que muestre la capacidad de pago de los clientes para poder brindar créditos a futuro.
2. Realizar un estudio por marca de producto que distribuye DISCARDENAS.
3. Mejorar el sistema informático elaborado de acuerdo a posteriores necesidades de la empresa.
4. Periódicamente realizar investigaciones de mercado para obtener una retroalimentación de los clientes, y detectar oportunamente alguna deficiencia que se presente a futuro.

Jaime Lozada, MBA
DIRECTOR DE TESIS