

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO
DE LOS SUPERMERCADOS MERCA ÉXITO LA 20 Y AUTOSERVICIO
MERCA ZETA EN PUERTO ASÍS, PUTUMAYO**

Autor

BAYRON ANDRÉS RUANO CALDERÓN

Director

ROSA YANETH CONTRERAS GONZALES

Ingeniera Industrial, Mg. En Diseño y Gestión de Proyectos Tecnológicos

**PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍAS MECÁNICA, MECATRÓNICA E
INDUSTRIAL
FACULTAD DE INGENIERÍAS Y ARQUITECTURA**



**UNIVERSIDAD DE PAMPLONA
PAMPLONA, 2 16 de 2021**

**ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO
DE LOS SUPERMERCADOS MERCAÉXITO LA 20 Y MERCA MAX EN
PUERTO ASÍS, PUTUMAYO**

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado primeramente va dedicado a Dios, quien ha sido el que me ha otorgado sus infinitas bendiciones para culminar un escalón más en mi vida.

A mis padres Vicencio Ruano Quenguan y María Liva Calderón Zambrano, quienes me han brindado todo su amor, cariño y apoyo incondicional en este proceso y en cada momento.

A mi esposa Meredith Ivette Cárdenas Alvarado e hija Ivette María Ruano Cárdenas, quienes que con una sonrisa me dan la fortaleza suficiente de seguir en mi caminar.

AGRADECIMIENTOS

Doy gracias a Dios por su guía en este proceso y por qué en ningún momento me ha abandonado para así, poder seguir adelante con mis sueños.

Agradezco a mis padres Vicencio Ruano Quenguan y María Liva Calderón Zambrano. Que con su trabajo, esfuerzo y compromiso me ayudaron a culminar con mi formación profesional.

Agradezco a todo el equipo de docentes que de una u otra forma ayudaron en mi formación, compartiendo sus conocimientos de la mejor manera y con el más alto compromiso de enseñanza, especialmente a la ingeniera Rosa Yaneth Contreras quien con su asesoría, dirección, compromiso y tiempo ayudo hacer posible este proceso.

También agradezco a todas esas personas (amigos, familiares y conocidos) que con una o varias palabras de aliento me impulsaron a seguir.

Índice de contenido

1.	Introducción	10
2.	Etapas	11
2.1	Etapa 1 Investigación documental	12
2.1.1	Logística	12
2.1.2	Historia de la cadena de abastecimiento.	13
2.1.3	Cadena de abastecimiento.	15
2.1.4	Gestión de almacenes	17
2.1.5	Almacén	18
2.1.5.1	<i>Tipos de almacén.</i>	18
2.1.6	Almacenamiento	20
2.1.6.1	<i>Almacenamiento en pilas.</i>	21
2.1.6.3	<i>Almacenamiento en bloque.</i>	22
2.1.7	Inventarios	23
2.1.8	Distribución	30
2.1.9	Sistemas de información.	30
2.1.10	Proveedores	32
2.1.11	Abastecimiento en una cadena de suministros	34
2.1.12	Transporte en la cadena de suministros	35

2.2 Etapa 2: Recolección de información	37
2.2.1 Entrevista	37
2.2.2 Diseño de la entrevista:	38
2.2.3 Entrevista a Autoservicio Merca Zeta.....	39
2.2.5 Entrevista a Merca Éxito la 20:.....	46
2.3 Etapa 3 Análisis y comparación de la información.....	57
2.3.1 Elaboración de la matriz FODA del Autoservicio Merca Zeta.....	57
3. Conclusiones	80
4. Bibliografía	82
5. Anexos	85

Índice de ilustraciones

Figura 1	11
Figura 2	13
Figura 3	17
Figura 4	19
Figura 5	21
Figura 6	22
Figura 7	22
Figura 8	24
Figura 9	29
Figura 10	32
Figura 11	33
Figura 12	35
Figura 13	36
Figura 14	39
Figura 15	41
Figura 16	43
Figura 17	46
Figura 18	49
Figura 19	50
Figura 20	50
Figura 21	51

Figura 22	52
Figura 23	52
Figura 24	67
Figura 25	68
Figura 26	69
Figura 27	70
Figura 28	71
Figura 29	72
Figura 30	73
Figura 31	74
Figura 32	75
Figura 33	76
Figura 34	77
Figura 35	85
Figura 36	85
Figura 37	86
Figura 38	86
Figura 39	87
Figura 40	87
Figura 41	88

Índice de tablas

Tabla 1: Datos estadísticos de productos de calidad.....	67
Tabla 2: Datos estadísticos de economía en los productos	68
Tabla 3: Datos estadísticos de variedad de productos	69
Tabla 4: Datos estadísticos de promociones en los supermercados.....	70
Tabla 5: Datos estadísticos de supermercado más organizado	71
Tabla 6: Datos estadísticos de bonificaciones en los supermercados	72
Tabla 7: Datos estadísticos de supermercado más factible en cuanto a desplazamiento.....	73
Tabla 8: Datos estadísticos de higiene en los supermercados.....	74
Tabla 9: Datos estadísticos de servicio a domicilio	75
Tabla 10: Datos estadísticos de servicio de calidad.....	76
Tabla 11: Datos estadísticos de abastecimiento.....	77

Resumen

La siguiente monografía fue elaborada inicialmente con una investigación documental que fue realizada con ayuda de referencias bibliográficas sacadas de tesis, artículos científicos encontradas en diferentes bases de datos, una vez se realizó la búsqueda de la información se procedió a la selección de la información que fuera de mayor utilidad con relación a la cadena de abastecimiento de supermercados. Cuando se concluyó dicha etapa se procedió a la realización de los métodos de recolección de información para comenzar con el trabajo de campo en el cual fue necesario uso de tapa bocas y alcohol para desinfectar las manos por la emergencia sanitaria en la que nos encontramos (COVID 19).

Después de haber ejecutado las encuestas como las entrevistas, se pasó al siguiente paso el cual trato de análisis y comparación de la información recolectada para saber cuál de los dos almacenes de los que se hace énfasis en esta monografía, provee mejor una cadena de abastecimiento en el Municipio de Puerto Asís Putumayo, y determinar aspectos positivos y negativos de cada uno de estos dos establecimientos

Palabras claves

Logística, Almacenamiento, Inventario, Proveedores, Distribución,

1. Introducción

En la siguiente monografía se dará a conocer un análisis de los supermercados Merca Éxito la 20 y Autoservicio Merca Zeta ambos ubicados en Puerto Asís Putumayo, para ello se utilizará como herramienta de análisis la matriz FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas), haciendo énfasis en las cadenas de abastecimiento.

Este trabajo estará dividido en tres grandes etapas que permitirán entender de manera objetiva la monografía como primero está la etapa documental que mediante referencias teóricas sacadas de: (tesis, artículos científicos sacadas de bases de datos y otras fuentes), referentes a la cadena de abastecimiento que ayudara entender los conceptos que se trataran a lo largo del documento como lo son logística, proveedores, almacenamiento, transporte logístico etc. Seguido de esto se procederá a la segunda etapa que es la recolección de datos que se realizara mediante una entrevista estructurada a un administrativo de cada establecimiento. A quienes se les realizara una serie de preguntas referentes a las cadenas de abastecimiento de los respectivos establecimientos en los que laboran y por último se hará un análisis por medio de una matriz FODA que dará un punto de vista objetivo y poder concluir de esta manera la monografía.

2. Etapas

Figura 1

Etapas de la monografía

Fuente: (Elaboración propia)

ETAPA 1



ETAPA 2



ETAPA 3



2.1 Etapa 1 Investigación documental

Esta etapa se realizará con la investigación documental cualitativa ya que este método se encuentra enfocada en la selección, compilación, organización y análisis de información de materiales bibliográficos encontrados en bases de datos, tesis, artículos entre otros que nos permitirán tener una fundamentación teórica para poder llevar a cabo la realización de la monografía. Hay que tener en cuenta que la información documental que adquiriremos será secundaria ya que se deriva de fuentes bibliográficas que han sido sometidas a un proceso de escrutinio, análisis y críticas.

Para iniciar el estudio es de vital importancia tener conocimiento de conceptos, terminologías y surgimientos más relevantes que se usaran a lo largo de la realización de la monografía, los cuales veremos a continuación.

2.1.1 Logística.

Según (Garcia, 2007), La logística se puede entender como la optimización de los flujos de productos, información, dinero o los procesos básicos necesarios (procesamiento de órdenes, administración de inventarios, compras. Transporte, distribución y almacenamiento) que se deben realizar dentro y fuera de una organización. Por medio de una planeación de manera ordenada y anticipada para poder llevar a cabo eficientemente los objetivos trazados por lo empresa.

Otro concepto de logística de importancia es el dado por (**Christopher**, 1992) que define la logística como el proceso de manejar estratégicamente la adquisición, el

movimiento y el almacenamiento de materiales, partes e inventario acabado (y el flujo de información correspondiente) a través de la organización y sus canales de marketing. Este concepto se puede decir que está basado en tener sitios de almacenamiento de mercancías o materias primas, para que de esta forma tener dentro de las instalaciones los insumos necesarios para abastecerse y llevar a cabo las operaciones requeridas en la empresa y maximizar la rentabilidad y eficiencia. En fin la logística es un elemento necesario de las organizaciones en general para prestar un bien o un servicio de calidad.

Figura 2

Logística

Fuente: (<https://thelogisticworld.com/comercio-internacional/3pl-para-una-logistica-internacional/>)



2.1.2 Historia de la cadena de abastecimiento.

Desde que existe la actividad comercial podemos hablar de la necesidad de un sistema de cadena de suministros. Ya que, las actividades comerciales datan desde

que se descubrió la agricultura y esta fue practica útil para la subsistencia en la época final del periodo neolítico. He aquí el punto de partida de realizar actividades comerciales y de llevar el control necesario que garantice la subsistencia y el abastecimiento de una población. (Camilo Hopernanbucano, 2003)

2.1.2.1 Inicio. El inicio de la investigación de operaciones, así como la ingeniería industrial, comenzaron con la logística.

Frederick Taylor, el fundador de la ingeniería industrial, quien escribió *The Principles of Scientific Management* en 1911, se centró en la mejora de carga manual en el trabajo.

La investigación de operaciones con aptitud analítica dieron comienzo durante la Segunda Guerra Mundial. Buscando soluciones operativas en la logística militar en la década de 1940. (Corvo, Helmust Sy, 2000)

2.1.2.2 Los primeros años. La industrialización de las plataformas elevadoras de paletas fue el foco de investigación de la logística alrededor de 1940 y 1950. Para así, poder obtener un mayor área o espacio de almacenamiento y distribución.

Se hizo conocido el concepto de carga unitaria y utilización de paletas, extendiéndose en 1950 al direccionamiento del transporte, mediante el uso de contenedores intermodales, juntando barcos, trenes y camiones para transportarlos. Esto fue parte importante en la preparación del escenario para la globalización de la cadena de abastecimiento.

En 1963, el Consejo Nacional de Gestión de Distribución Física fue declarado líder del campo, llevando a cabo mucha investigación y capacitación, en especial, debido a la llegada de la informática en los años 60-70 (Corvo, Helmst Sy, 2000).

2.1.2.3 Mayoría de edad. En la década de 1980 se aumentó la terminación de “gestión de la cadena de suministro” para expresar la necesidad de integrar los procesos comerciales claves, desde el usuario final hasta los proveedores originales.

Una tendencia logística clave en la década de 1980 fue su reputación de ser absolutamente crucial para las ganancias corporativas.

En 1985, el Consejo Nacional de Administración de Distribución Física se convirtió en el Consejo de Administración Logística para reflejar la evolución de la disciplina. (Corvo, Helmst Sy, 2000)

2.1.2.4 Revolución tecnológica. En los años 1990, dio comienzo la creación de los sistemas de planificación de bienes o recursos empresariales durante el apogeo de la logística.

El software ERP identificó las necesidades del planteamiento e integración de los elementos de logística. La globalización de la manufactura, como el crecimiento de la misma en China a mediados de la década de 1990, popularizó el término “cadena de suministro”. (Corvo, Helmst Sy, 2000)

2.1.3 Cadena de abastecimiento.

(Danette Barrascout De Leon, 2005) nos habla de que cadena de abastecimiento, se entiende como una herramienta fundamental para que un producto o servicio que requiere ser realizado o comercializado llegue al cliente por medio de los manejos de

información, comunicación, distribución y coordinación con diferentes empresas y proveedores, usando diversidad de herramientas de vital importancia que intervienen como transporte interno y externo, almacenamiento y uno que otro proceso logístico entre otros.

Según (Javier Gonzales miranda, 2004), la cadena de suministro no participa solamente el fabricante y el proveedor, sino que también incluye a los transportistas, almacenistas, vendedores e incluso a los mismos clientes. Dentro de cada organización, como la del fabricante, relacionan todas las funciones que hacen participe en la admisión y cumplimiento de una petición del cliente.

En fin, podríamos decir que la cadena de suministros también se puede ver como todos los procesos necesarios para que un producto o servicio llegue hasta el consumidor, si nos basamos en los super mercados estaríamos hablando desde que se realiza el pedido al proveedor hasta que termina en el consumidor final.

Figura 3*Cadena de abastecimiento***Fuente:** (<https://blog.prodware.es/reducir-desperdicio-ganancias-en-cadena-suministro-fabricación/>)

2.1.4 Gestión de almacenes

La gestión de almacenes es aquella que inicia desde el ingreso de mercaderías hasta su salida del almacén, atravesando por una adecuada conservación de los productos almacenados. La norma ISO 9000 es la que normaliza las actividades desarrolladas en el almacén, así como las zonas que una empresa debe habilitar para el aseguramiento del sistema de calidad (Br. Lozano Tacanga, Beyanira Shari, 2017).

Mediante la gestión de almacenamiento los supermercados pueden llegar a ser más eficiente con una menor posibilidad de tener pérdidas por daño de mercancías, ya que esto les permite tener un almacén organizado, con los espacios adecuados para la mercancía que están llegando y así mismo un control que les permite saber las mercancías que salen.

2.1.5 Almacén

Estudios realizados por (Carmen Marcela Tavar Infantes, 2014) se puede entender que un almacén es un espacio físico que tiene como objetivo guardar o almacenar mercancías con base a el stock máximo y mínimo que se haya determinado en una empresa con base al tipo de inventario que se utilice y las necesidades de la misma, para autoabastecerse y poder que los productos lleguen al consumidor final. Siendo así, el almacén una unidad de servicio en la estructura orgánica y funcional de una empresa comercial o industrial,

2.1.5.1 Tipos de almacén. Es importante distinguir los diferentes tipos de almacenes. Una vez reconocido el tipo, se puede determinar si la empresa está haciendo un buen uso de sus instalaciones y sí sus productos se están almacenando correctamente. Según (**Juan Gregorio Arrieta Pozada, 2011**) los tipos de almacenes más comunes son:

Almacén de distribución: espacio necesario utilizado con la finalidad de almacenar mercancías o productos terminados. que provee a las grandes cadenas. Estos almacenes importan y compran mercancías en el mercado nacional y las despachan sobre pedido a las diferentes tiendas por departamentos que atienden.

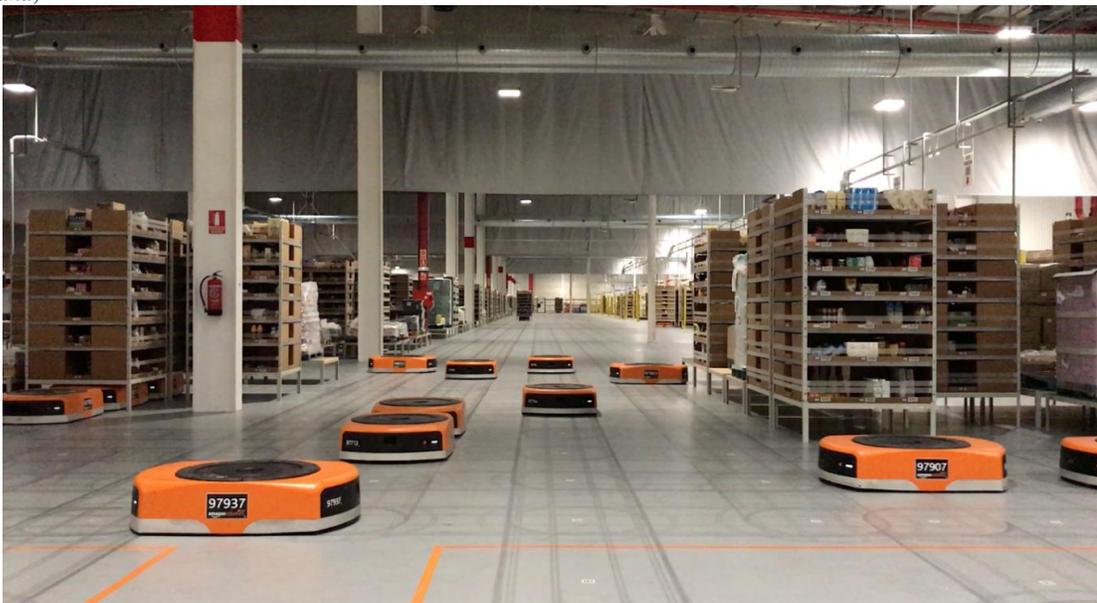
Almacén logístico: este almacén es caracterizado por no disponer de un inventario de mercancías durante largos un largo periodo. Su función es la de distribuir los productos o mercancías, y no la de almacenar. Por lo tanto, su principal característica es su eficiente tiempo de entrega y su confiabilidad.

Almacén general de depósito: este espacio sirve para guardar todo tipo de mercancías o de productos terminados y cualquier persona ya sea natural o jurídica puede hacer uso de sus servicios. Su tarea es almacenar y las empresas acuden a ellos cuando no tienen espacio suficiente o cuando es más rentable arrendar un espacio para almacenar que mantener las mercancías en sus empresas.

Figura 4

Almacén

Fuente: (<https://www.xataka.com/robotica-e-ia/este-es-el-primer-almacen-robotizado-de-amazon-en-espana>)



Analizando la información referente a los tipos de almacén, se puede decir que los más se utilizan en los supermercados son el *almacén logístico* debido a que la mayoría de supermercados poseen este tipo de espacio para guardar productos terminados ya que de esta forma cuando se van acabando los que se encuentran en los estantes de auto servicio es más fácil autoabastecerse. y el segundo más utilizado es el *almacén depósito* ya que algunos supermercados no poseen este espacio físico para

guardar sus mercancías entonces lo que hacen es alquilar este espacio de almacenamiento en otro lugar para de esta manera poder autoabastecerse de algunas mercancías que pueden demorar en llegar ya que el proveedor se puede encontrar en otra ciudad

2.1.6 Almacenamiento

Consiste ubicar los productos en zonas específicas de acuerdo a sus características y a las políticas de almacenamiento definidas por la empresa. Se debe garantizar la adecuada operatividad del almacén, es decir se debe garantizar la correcta función que desempeñan los operarios empleando los equipos e instalaciones para el manipuleo y almacenaje de productos. (Daniel Fernando, Paredes Fernández, 2018)

Basándonos en la información anterior el almacenamiento se puede definir como una herramienta fundamental que garantiza un buen desempeño en una empresa ya que nos ayuda a salvaguardar los productos que serán entregados más adelante a nuestros clientes o consumidor final.

Según (Lizeth Johanna Gamboa, 2014) los tipos de almacenamiento son:

2.1.6.1 Almacenamiento en pilas. Es el que se realiza mediante la colocación de las unidades de carga una sobre otra directamente, es decir sin más intermediación que el pale que les sirve de soporte.

Figura 5

Almacenamiento en pila

Fuente: (<https://bateriasdetraccion.coexitocom.co/cuales-son-los-metodos-de-almacenamiento-mas-recomendados-para-su-bodega>)



2.1.6.2 Almacenamiento en estanterías. Se realiza mediante la colocación de unas estructuras metálicas, formadas básicamente por pilares y travesaños, Forman una estructura de una forma en la que permiten la colocación de las unidades de carga

Figura 6

Almacenamiento en estantería

Fuente: (<https://www.mecalux.es/casos-practicos/ejemplo-paletizacion-convencional-picking-almacen-malfatti-tacchini-italia>)



2.1.6.3 Almacenamiento en bloque. Se realiza mediante agrupamiento de mercancías de forma totalmente optima del volumen de almacenamiento disponible, pero presenta la desventaja nula de accesibilidad a una unidad de carga determinada

Figura 7

Almacenamiento en bloques

Fuente: (<https://www.liderdelemprendimiento.com/logistica-y-distribucion/control-de-inventarios/>)



Resumiendo, la anterior información de los tipos de almacenamiento se puede decir que son tres tipos de almacenamiento muy prácticos y que se pueden usar dependiendo la mercancía que estemos almacenando. Si nos vamos al punto de vista de supermercados todos tres son prácticos y se usan frecuentemente, ya que es normal ver la mayor parte de mercancías en estanterías, de igual manera en algunos supermercados sabemos encontrar productos como los huevos en un tipo de almacenamiento en pila combinado con el almacenamiento en bloques.

2.1.7 Inventarios

Los inventarios son acumulaciones de materias primas, provisiones, componentes, trabajo en proceso, productos terminados que aparecen en numerosos puntos a lo largo del canal de producción y de logística de una empresa. Las razones por las que se debe mantener los inventarios se relacionan con el servicio al cliente o el costear economías indirectamente derivadas de ellos. (Pablo Cesar Franco Vasquez, 2008)

Los inventarios son en mecanismo mediante el cual podemos tener una información detallada de la cantidad de productos en proceso, productos terminados en un almacén, lo que nos facilita saber las existencias que tenemos para de esta manera poder brindar un mejor servicio a los clientes

Los 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. Los inventarios comprenden, además de las materias primas, productos en proceso y productos terminados o mercancías para la

venta, los materiales, repuestos y accesorios para ser consumidos en la producción de bienes fabricados para la venta o en la prestación de servicios; empaques y envases y los inventarios en tránsito. (Neiro Acevedo, 2004).

Figura 8

Inventarios

Fuente: (<https://e-learningvzla.com.ve/blog/nic-2-inventarios-y-su-valoracion/>)



Teniendo en cuenta en concepto anterior los inventarios se podría definir como los bienes tangibles que se tienen para productos en procesos o transición, productos terminados y productos para la venta que van a llegar al consumidor o cliente que está dispuesto a obtener estas mercancías que se encuentra almacenadas.

2.1.7.1 Tipos de inventario. A continuación, se mencionan algunos de los tipos de inventarios que existen con una breve especificación de cada uno de ellos (**JESSICA CAROLINA GUARANGO, 2015**).

Inventarios de Materia prima. Toda empresa que su actividad es industrial, dispone de varios artículos y materiales conocidos como Materias Primas que al ser sometidas a procesos se obtiene un artículo terminado o acabado. Por lo que podemos definir que la Materia Prima es aquel o aquellos artículos sometidos a un proceso de fabricación que al final se convertirá en un producto terminado.

Inventarios de Producción en Proceso. Todo artículo o elementos que se utilizan en un proceso de producción se los define como Inventario de productos en proceso que tienen como característica que va aumentando su valor con cada proceso de transformación hasta convertirse en producto terminado. Es decir, son productos parcialmente terminados que se encuentran en un grado intermedio de producción que fueron aplicados labor directa y gastos indirectos inherentes al proceso producción en un momento determinado.

Inventarios de Productos Terminados. Son productos que han cumplido su proceso de producción y se encuentran en la bodega de productos terminados y aún no han sido vendidos. Los niveles de inventario están directamente relacionados con las ventas, es decir sus niveles se dan por la demanda que tenga.

Inventarios de Materiales y Suministros. En este tipo de inventarios se incluyen:

- Las materias primas secundarias y sus especificaciones varían dependiendo del tipo de industria. Un ejemplo tenemos en la industria de ensamblaje de Autos,

tenemos el combustible para que el auto encienda e inicie la ruta de prueba que es una de las etapas del control de calidad.

- Artículos de consumo que son destinados en la operación de la industria.
- Los Artículos y materiales de reparación y mantenimiento de las maquinarias y aparatos operativos que se necesitan en la industria.

La importancia en el control de inventarios reside en el objetivo primordial de toda empresa es obtener utilidades.

Inventario de Ciclo o periódico. Este inventario es generalmente utilizado por empresas pequeñas y medianas, tiene como característica especial que para saber a una fecha determinada cual es el inventario, se debe hacer un conteo físico y valorarle. Además, para controlar el costo de las transacciones que afectan el inventario se utilizan diferentes cuentas en función de la naturaleza operacional que sé este realizando.

Inventario de Seguridad. La incertidumbre en la demanda u oferta de unidades hace que exista un inventario de seguridad que es almacenado en un sitio adecuado de la empresa. Generalmente los inventarios de seguridad de materias primas protegen contra la incertidumbre que pueden provocar los proveedores debido a factores como huelgas, vacaciones, unidades de mala calidad, entre otras. En lo relacionado a la demanda sirven para prevenir faltantes provocadas por fluctuaciones inciertas de la demanda.

Inventarios estacionales. Son inventarios utilizados para cubrir la demanda estacional y también se utilizan para suavizar el nivel de producción.

Inventarios en tránsito. Son de gran utilidad debido a que permiten sostener las operaciones entre empresa, clientes y proveedores; siendo un inventario que la empresa aun no lo tiene físicamente en sus bodegas, pero puede negociar su entrega al cliente cuando lo disponga y sí cubrir necesidades.

Definiendo los tipos de inventario se busca entender de una manera un poco más profunda y fácil de entender lo que son los inventarios y en qué caso se utilizan cada uno de ellos.

2.1.7.2 Métodos de Inventarios. Según la evaluación de inventario es el proceso en que se selecciona y se aplica una base específica para valorar los inventarios en términos monetarios. A continuación, se presentan 3 métodos de inventarios los cuales son los más usados en las empresas.

Método PEPS (Primero en entrar, primero en salir). Este método tiene como base las existencias que primero entran al inventario son las primeras en salir del mismo. Esto da paso a que el costo de las mercancías o productos vendidos se determina con base en los precios más antiguos, en consecuencia, las utilidades van a ser artificialmente más altas, aunque los inventarios no vendidos quedaran registrados en el balance a los precios más próximos o actuales

Método UEPS (Ultimas en entrar, primeras en salir). Este inventario como base que la última existencia en entrar es la primera en salir, en consecuencia, el costo de venta quedará registrado por los precios de costo más altos, disminuyendo de esta manera la utilidad y el impuesto a pagar, pero subvaluando el monto monetario de los inventarios, que aparecerá valorizado a los precios más antiguos.

Método promedio ponderado. Consiste en hallar el costo promedio de cada producto que hay en el inventario final cuando las unidades son idénticas en apariencia, pero no en el precio de adquisición.

Método ABC. Basándonos en la información (JOHANNA RAMÍREZ MENA, 2016) El método ABC Consiste en efectuar un análisis de los inventarios estableciendo capas de inversión o categorías con objeto de lograr un mayor control y atención sobre los inventarios, que por su número y monto merecen una vigilancia y atención permanente. El análisis de los inventarios es necesario para establecer 3 grupos el A, B y C. Los grupos deben establecerse con base al número de partidas y su valor. Generalmente el 80% del valor del inventario está representado por el 20% de los artículos y el 80% de los artículos representan el 20% de la inversión. Los artículos A incluyen los inventarios que representan el 80% de la inversión y el 20% de los artículos, en el caso de una composición 80/20. Los artículos B, con un valor medio, abarcan un número menor de inventarios que los artículos C de este grupo y por último los artículos C, que tienen un valor reducido y serán un gran número de inventarios. Este sistema permite administrar la inversión en 3 categorías o grupos para poner atención al manejo de los artículos A, que significan el 80% de la inversión en inventarios, para que, a través de su estricto control y vigilancia, se mantenga o en algunos casos se llegue a reducir la inversión en inventarios, mediante una administración eficiente (Ríos García, 2010). Para el análisis del método ABC; se puede tener en cuenta para su estudio varias variables, en primer lugar, las unidades que más rotan y generan mayor valor a la empresa y en segundo lugar aquellos

productos donde la empresa realiza mayor inversión para su adquisición.

Dependiendo de la necesidad se toma que variables tomar para dicho análisis. A

continuación, se presentan las etapas para realizar un análisis ABC. 29

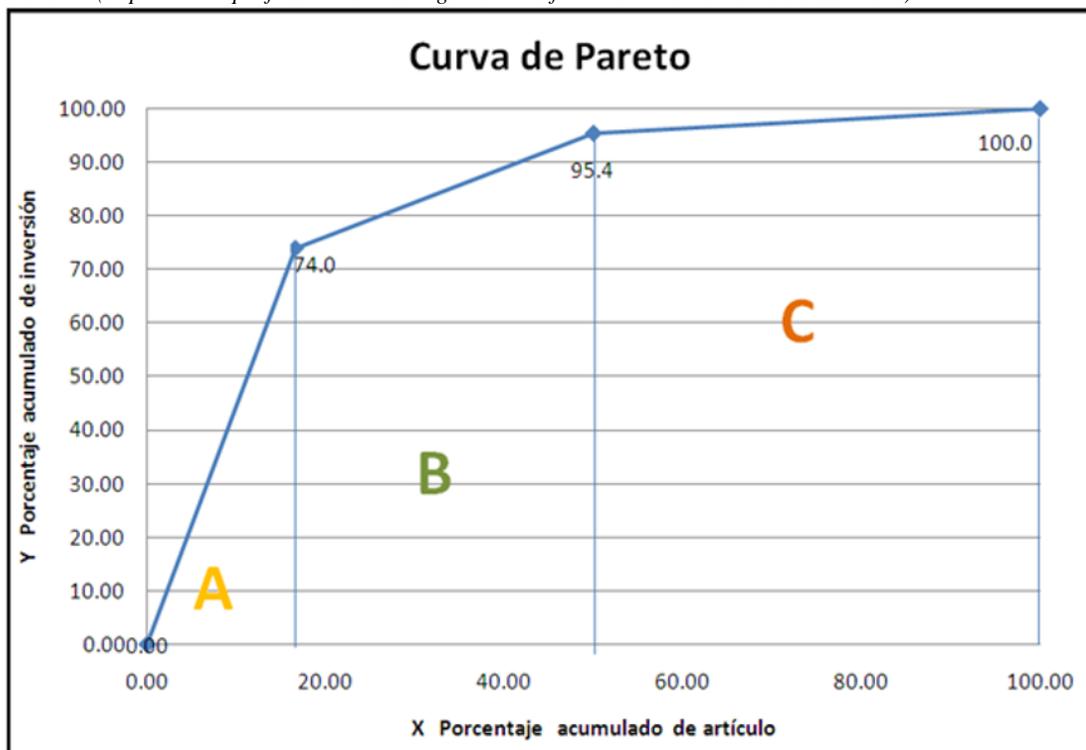
- Seleccionar un criterio (ventas/uso) basado en niveles de importancia.
- Clasificar los productos del inventario de acuerdo a este criterio.
- Calcular las ventas o uso acumulado para todos los productos.
- Clasificar los productos en grupo A, B, C según su importancia y los factores

cualitativos.

Figura 9

Curva de Pareto, Método de inventario ABC

Fuente: (<https://www.ipeaformacion.com/logistica/clasificacion-de-inventarios-sistema-abc/>)



2.1.8 Distribución.

Según (Mario Fernando Castro, 2012) Se puede definir como un conjunto de operaciones necesarias para el desplazamiento de productos desde el lugar de producción hasta el consumidor final, bajo los principales conceptos de la logística como óptima calidad, costo razonable y entrega justo a tiempo en el lugar requerido

(Pantoja Riveros Katherine, 2016) menciona que un programa adecuado de distribución, no es otra cosa que la expresión detallada de los compromisos de entrega, posterior a ellas, clasificar las rutas, itinerarios, clasificación de productos entre otros. Si bien aquí se hace referencia a una Empresa de gran envergadura, también podemos aplicarla hacia empresas de comerciales pequeñas pues la lógica es la misma

Con respecto a los anteriores conceptos podemos decir que la distribución es el conjunto de actividades mediante el cual se distribuye de una manera organizada un producto o servicio desde la recepción de este hasta llegar al cliente final o consumidor final.

2.1.9 Sistemas de información.

En la recopilación de información de (Jacobo García Anduiza, 2018) nos dicen que las TIC, por sí mismas, aportan mayor eficiencia en el uso de la información. A pesar de que la cantidad de información que se puede tratar por unidad de tiempo es importante en la gestión de las empresas, una vez alcanzada esta capacidad, el éxito de la utilización de las TIC no depende de la cantidad, ni del tiempo, porque dejan de

ser diferenciales, sino que pasa a depender de la estrategia y el uso que hagamos de esta capacidad de tratamiento rápido de información.

A continuación, se determinan una lista de usos de las TIC en el ámbito de las operaciones y en concreto en el área de la Cadena de Suministro:

- Sistema electrónico de pedidos de compra
- Intercambio de datos (EDI)
- Catálogo electrónico de productos
- Unión on-line con proveedores
- Subastas inversas
- Pujas on-line a concursos
- B2B extranet con clientes
- B2B extranet con proveedores
- Mercados electrónicos cerrados
- Mercados electrónicos abiertos

Figura 10

Sistemas de información en cadena de abastecimiento

Fuente: (<https://www.nexsatsa.com/2018/01/18/la-importancia-la-tecnologia-transporte-la-logistica/>)



Los sistemas de información nos ayudan a tener de una forma logística y eficiente un adecuado pedido, abastecimiento, almacenaje, distribución y acuerdo con proveedores para obtener, salvaguardar y satisfacer a los clientes con la venta de nuestros servicios o mercancías, ya que gracias a los sistemas de información podemos comunicarnos con nuestros clientes y proveedores de una manera más amena, rápida el rendimiento de nuestra empresa.

2.1.10 Proveedores

Se conoce como proveedor de servicios a la empresa que presta servicios a otras empresas. El negocio más habitual de los proveedores de servicios es la oferta de suscripciones o contratos. La telefonía móvil, el acceso a Internet y el alojamiento de sitios web son algunos de los negocios de los proveedores de servicios. Los

proveedores deben cumplir con los plazos y las condiciones de entrega de sus productos o servicios para evitar conflictos con la empresa a la que abastecen. En muchos casos, estas compañías tienen que tener un departamento de soporte o atención técnica, ya que las interrupciones del servicio causan grandes problemas al cliente. (Julieta Ruiz Rodriguez, 2012)

Figura 11

Proveedores

Fuente: (<https://blog.cooltra.com/como-reducir-el-tiempo-de-entrega-de-pedidos-nuestros-clientes/>)



Con lo anterior podemos darnos cuenta que los proveedores son uno del pilar más importante cuando hablamos de la cadena de abastecimiento, ya que son los que nos ayudan con el abastecimiento de las materias primas, o productos terminados que nos ayudarán a la transformación de esas materias primas en productos terminados o

proveernos los productos terminados que serán los que comercializaremos a nuestros cliente o consumidor final.

2.1.11 Abastecimiento en una cadena de suministros.

Según (Valentina Jimenez Diaz, 2018) el abastecimiento corresponde al proceso en el cual la empresa adquiere (compra) materias primas, productos, componentes o servicios, entre otros, de sus proveedores para desarrollar sus operaciones. Dentro de las decisiones más significativas del proceso de abastecimiento, se encuentra la posibilidad de subcontratación o “outsourcing”, modalidad en la cual las funciones son realizadas por una empresa externa. Para tomar la decisión de subcontratar o realizar el trabajo en la empresa, los autores Chopra y Meindl plantean las siguientes interrogantes:

- ¿Se verá incremento en el superávit de la cadena al subcontratar comparado con realizar las tareas internamente?
- ¿Cuánto aumentan los riesgos debido al “outsourcing”?

si la respuesta a estas preguntas es favorable para la empresa y se toma la decisión de subcontratar, se debe desarrollar el proceso de aprovisionamiento correspondiente, en el cual se debe llevar a cabo la selección de los proveedores, el diseño de contratos, el abastecimiento de materiales o servicios, el diseño colaborativo del producto o servicio, y la evaluación del desempeño de los proveedores.

Figura 12*Cadena de abastecimiento***Fuente:** (<https://thelogisticsworld.com/abastecimiento-y-compras/6-principales-desafios-para-establecer-una-cadena-de-suministro-etica/>)

Con la anterior podemos decir que el abastecimiento se puede llegar mediante la ejecución de la misma empresa o una empresa externa la cual se puede subcontratar para que realice dicha labor, hay que tener en cuenta que el abastecimiento comienza con la distribución y recepción de las materias primas o los productos terminados que son suministrados por los proveedores.

2.1.12 Transporte en la cadena de suministros

El transporte representa un vínculo importante entre las distintas fases de la cadena de suministro global. Existen dos agentes claves que definen las actividades del transporte. El expedidor o consignatario quien dirige la operación de transporte físico y se responsabiliza por la recogida, transporte y entrega de lo transportado en dos

puntos distintos de la cadena. Por otro lado, existe el transportista quien se encarga directamente del movimiento o transporte de materiales. (Soriano Valdivia, Andrés Enrique, 2004)

Figura 13

Transporte en la cadena de abastecimiento

Fuente: (https://www.clarin.com/economia/infraestructura-logistica-economia-argentina_0_rkwXGdFP7e.html)



El transporte en la cadena de abastecimiento es de vital importancia que ya nos asegura de cierta manera puntualidad en entrega de mercancías o materias primas entre nuestro proveedor y nosotros, de igual manera nos facilita de manera interna un abastecimiento desde nuestro almacén hasta nuestra empresa.

2.2 Etapa 2: Recolección de información

Existen varias formas de recolectar información, pero para la monografía nos centramos en el método de entrevista ya que nos permitieron una recolección de información más profunda y acertada a la hora de hacer las preguntas que estuvieron basadas en la información de la etapa documental de la monografía

2.2.1 Entrevista

La entrevista será ejecutada a una persona perteneciente a la parte administrativa del supermercado Merca Z y otra del supermercado Merca Éxito la 20 ya que hacen parte del personal idóneo para responder el tipo de preguntas que se van a realizar y nos puedes dar con mayor facilidad información más precisas sobre las cadenas de abastecimiento empleadas en sus respectivos establecimientos.

La entrevista a realizarse es semiestructurada ya que en ella se encuentran ciertos tipos de preguntas de las cuales a medida que se vayan generando respuestas por parte de la persona entrevistada podremos agregar otras preguntas para obtener más información. Cabe recalcar que todas las preguntas hechas fueron de acuerdo a la primera etapa de la monografía (investigación documental) y unas preguntas básicas de los establecimientos. A continuación, veremos la información obtenida de las entrevistas realizadas.

2.2.2 Diseño de la entrevista: Este modelo entrevista semi estructuro nos permitirá tener una base sobre las preguntas que se ejecutaran al personal administrativo de Autoservicio Merca Zeta y Merca Éxito la 20.

Fecha: __ __ __

Nombre del entrevistado: _____ Cargo _____

1. ¿Cuál es el objetivo del supermercado?
2. ¿Cuánto tiempo lleva en funcionamiento el Supermercado?
3. ¿Sabe usted el significado de cadena de abastecimiento?
4. ¿Como es el proceso de la cadena de abastecimiento del supermercado?
5. ¿De qué manera realizan la selección de proveedores en el supermercado?
6. ¿Su supermercado tiene bodega en la que ustedes puedan almacenar sus mercancías?
7. ¿Cuál es el método utilizado para almacenar las mercancías en el supermercado
Pila __ Bloque__ Estantería __ Otro (¿cuál?) _____
8. ¿En el supermercado utilizan algún tipo de inventario?
9. Como es la relación que mantienen con sus proveedores en términos de eficiencia, calidad y cumplimiento.

2.2.3 Entrevista a Autoservicio Merca Zeta

Fecha: 22 enero 2021.

Nombre del entrevistado: Sandra Ceballos.

Cargo: Administradora.

- I. ¿Qué es Autoservicio Merca Z?:** Es una empresa o más bien dicho un supermercado que presta un servicio de calidad, para sus clientes y demás población Asisence con diversidad de productos de la canasta familiar entre otros.

Figura 14

Autoservicio Merca zeta

Fuente: Elaboración propia



- II. ¿Cuántos años llevas en funcionamiento Autoservicio Merca Zeta?:** La verdad esta información no la conozco con exactitud, pero tengo entendido que lleva laborando para la comunidad más de 9 años

III. ¿Sabe usted que es una cadena de abastecimiento?: Si, es todo el proceso que una organización realiza para prestar un servicio de calidad.

En nuestro caso la adquisición de productos para las necesidades y satisfacción de nuestros clientes

IV. ¿Como es el proceso de la cadena de abastecimiento en Autoservicio Merca Zeta?: Es bastante compleja esta pregunta.

En primer lugar, contamos con una gran variedad de productos perecederos, no perecederos, víveres, frutas, carnes, embutidos, entre otros, los cuales son presentados al público en las instalaciones del supermercado, en estanterías a disposición de nuestros clientes. De igual manera contamos que se encuentren de estos elementos en bodega, es decir un inventario que nos permite no presentar escases de recursos y así podernos auto abastecer con la ayuda de nuestros surtidores (personal encargado del inventario en las instalaciones).

Además, tenemos 2 personas encargadas para cuando halla la necesidad de adquirir más inventario en caso de solicitar un producto que se esté terminando.

Estas 2 personas tienen que estar muy atentas con respecto al abastecimiento continuo de mercancías ya que si no es así no podemos prestar un servicio de calidad para nuestros clientes.

Además, hay que entender que hay productos de mucha rotación los cuales a menudo van presentando escasez y que hay otros que no tienen mucha salida o demoran en el inventario.

También debemos tener en cuenta constantemente que llegan nuevos productos a nuestras instalaciones de nuevas ofertas, las cuales son tomadas en cuenta y evaluadas donde si una de ellas es rentable, de calidad y de buen acogimiento, será de adquisición y prestación de servicios para nuestros clientes.

Además, podemos decir que contamos con algunos proveedores fijos a los cuales siempre hacemos el llamado y tenemos en cuenta para nuestro abastecimiento.

Figura 15

Autoservicio Merca zeta abastecido

Fuente: *Elaboración propia*



V. ¿De qué manera seleccionan a sus proveedores?: Como te comenté anteriormente en muchas ocasiones encontramos proveedores nuevos con diversidad de ofertas y de productos, pero tenemos para evaluar y tener en cuenta a:

- Ofertas más rentables
- Productos de calidad
- Productos que presenten buena rotación en el mercado
- Su compromiso con nosotros, como la puntualidad, constancia, promociones etc.
- Marcas destacadas o de gran acogimiento.

VI. ¿Utilizan almacén o bodegas?: Si contamos con dos bodegas, aquí en las instalaciones no muy grandes pero que son de gran utilidad para nuestro almacenamiento y autoabastecimiento.

¿Es propia o rentada?: En general las bodegas y de más instalaciones son rentadas, pero hemos pensado en adquirir más adelante algún bien.

¿Qué funcionalidad tienen estas bodegas?: En general todas las mercancías o productos a nuestra disposición que se encuentran en bodega almacenados es para autoabastecernos.

Figura 16*Bodega Autoservicio Merca zeta***Fuente:** *Elaboración propia*

VII. ¿De qué manera almacena las mercancías?: Almacenamos nuestros productos de tres formas, en **pila** (arroz, harina, sal, azúcar, y otros productos que del momento no tengo presentes), **en bloque** (aceite, panela, jabones entre otros) y en **estantería** (almacenamos productos pequeños o livianos tales como bolsas, artículos de cocina, algunos productos de aseo etc.). Además de eso hay productos que se encuentran en estandartes en forma de exhibición y facilidad de presentación.

VIII. ¿En el Supermercado usan algún tipo de inventario?, ¿Cuál?: Nuestro inventario es llevado de manera digital.

Usamos el inventario PEPS (primero en entrar, primero en salir) ya que la mayoría de los productos vienen con fecha de vencimiento, y con base a eso los primeros en vencer son los primeros que salen, además tenemos

muy en cuenta esta característica a la hora de abastecernos, ya que muchas veces ha pasado que nos ofrecen productos muy cercanos a vencer y cuando no salen los productos rápidamente se producen pérdidas.

IX. ¿Como es la relación con los proveedores?: Con los proveedores tenemos una relación buena ya que el compromiso es por parte y parte. Ellos son puntuales con nuestro abastecimiento, son coherentes con el valor de los insumos, se prestan para diálogos de la adquisición de los productos.

2.2.4 Análisis de entrevista Autoservicio Merca Z

Factor a evaluar	Autoservicio Merca Z		Observaciones Generales
	Aspectos positivos	Aspectos negativos	
Proceso de la cadena de abastecimiento	<p>Coordinación logística para el reabastecimiento.</p> <p>Selección de proveedores.</p> <p>Almacenamiento de productos (pila, bloque, estantería.)</p> <p>Adecuación de instalaciones y presentación de productos para venta.</p>	<p>Falta de inventario sistematizado o software avanzados.</p> <p>Falta de personal calificado en dirección de la cadena de abastecimiento.</p> <p>Falta de inventario de mercancías para no presentar escasez.</p>	<p>Sistematización de inventario.</p> <p>Capacitación de personal en la cadena de abastecimiento.</p> <p>Alquiler de bodega para mejor almacenamiento.</p>
Selección de proveedores	<p>Evaluación de proveedores con diferentes aspectos (calidad de productos, economía de productos, rotación de productos en el mercado, gastos de transporte, compromiso por parte de los proveedores entre otros), para mirar el más conveniente</p> <p>Proveedores nuevos con nuevas ofertas.</p>	<p>Variación de precios de compra entre proveedores.</p> <p>Falta de compromiso de proveedores a la hora de llegada de productos.</p> <p>Llegada de productos en mal estado.</p>	<p>Mitigar la selección de proveedores con productos de baja rotación, para así, no ocasionar cuellos de botella de los mismos.</p> <p>Evaluación de productos en el mercado para la selección.</p> <p>Mantener las buenas relaciones con los proveedores.</p>
Almacenamiento de mercancías	<p>Organización de mercancías por tipo de productos y periodo de caducidad de los mismo para la rotación de inventario.</p>	<p>Pocos cuartos de almacenamiento.</p> <p>Cuartos de almacenamiento de no fácil acceso para la llegada de productos.</p>	<p>Adecuar los cuartos de almacenamientos con más separadores o esteras para mayor organización de inventario.</p>

2.2.5 Entrevista a Merca Éxito la 20: En el (*Anexo 1, figura 36*) se muestra la evidencia de la entrevista realizada al Administrador de Merca Éxito La 20 Miguel Velázquez quien tuvo la amabilidad de atenderme para el desarrollo de la entrevista que se muestra a continuación.

Fecha: 29 enero 2021.

Nombre del entrevistado: Miguel Velázquez

Cargo: Administrador.

- I. ¿Qué es Autoservicio Merca Éxito la 20?:** Somos una empresa que presta un servicio a la comunidad Asicense y aledaños de venta y comercialización de productos de la canasta familiar entre otros como licores, electrodomésticos etc.

Figura 17

Merca Éxito la 20

Fuente: *Elaboración propia*



- II. ¿Cuántos años llevas en funcionamiento Merca Éxito la 20?:** Lleva alrededor de 15 años
- III. ¿Sabe usted que es una cadena de abastecimiento?:** Lo entiendo como un conjunto de estrategias o partes interesadas, que se organizan de la mejor manera en la parte de adquisición de productos, materias primas entre otras, para así poder prestar un servicio y poder cumplir con la satisfacción de los clientes.
- IV. ¿Como es el proceso de la cadena de abastecimiento en Merca Éxito la 20?:** Como elemento indispensable en nuestra cadena, esta todo el recurso humano necesario que nos ayudan a prestar un servicio de calidad. Ya teniendo todo el talento humano en segunda instancia diría que selección y evaluación de proveedores con los cuales entablamos buenas relaciones laborales, en esta parte evaluamos precios y costos de productos ofertados por los proveedores, teniendo en cuenta características de calidad y aceptación en el mercado del producto almacenamos todas nuestras mercancías adquiridas, se distribuye dentro del establecimiento para que lo adquiera el consumidor.
- También contamos con el almacenamiento de dichas mercancías adquiridas en una de nuestras bodegas dependiendo el tipo de producto es almacenada. Luego para el desplazamiento de mercancías a nuestras instalaciones principales usamos algunos de nuestros transportes, dependiendo de la cantidad a transportar, la distancia se puede utilizar el

camión, moto cargueros u otros más (carreta de rodachines, etc.) accesibles cuando el desplazamiento es en la instalación principal. El

autoabastecimiento es responsabilidad de los supervisores de sección, los cuales son responsables de mantener a cada momento el inventario en las instalaciones principales a disposición de nuestros clientes, además, son ellos los que solicitan las mercancías en bodega cuando se están agotando. El abastecimiento está encargado a los supervisores de bodega, ya que son ellos los responsables del inventario en general, además, son ellos los que solicitan los pedidos a los proveedores en caso de escasez.

V. ¿De qué manera seleccionan a sus proveedores?: El asunto de los proveedores es un poco complejo, ya que en diferentes ocasiones aparecen proveedores nuevos con nuevas propuestas, de negocios, pero en si la selección da acabo más o menos de la siguiente manera:

- Oferta de productos de rotación en el mercado
- Productos de buena calidad o mejores marcas ya establecidas en el mercado
- Ofertas rentables por parte de los proveedores mismos o cómodas negociaciones.

VI. ¿Utilizan almacén o bodegas?: Si tenemos tres sitios para almacenar las mercancías, uno queda a 10 minutos de las instalaciones principales donde

se encuentra gran parte del inventario. Un segunda que se encuentra a una cuadra y una tercera que se encuentra en las instalaciones principales.

¿Es propia o rentada?: Esta pregunta es algo de reserva espero que sea de buen uso la información.

De las tres bodegas que tenemos creo que dos son propias y una rentada, pero en si no estoy seguro, tocaría más bien con el propietario

¿Qué funcionalidad tienen estas bodegas?: En si todas son para autoabastecimiento, pero hay una en específico que se utiliza para distribuir y vender mercancías al por mayor

Figura 18

Bodega de distribución Merca Éxito la 20

Fuente: *Elaboración propia*



Figura 19
Bodega de distribución Merca Éxito la 20
Fuente: *Elaboración propia*



Figura 20
Parte interna bodega 2 de distribución Merca Éxito la 20
Fuente: *Elaboración propia*



VII. ¿De qué manera almacena las mercancías?: Los de bodega almacenan los productos en diferentes categorías, es decir; en bloque, en pila, estantería y combinados.

En la sección o categoría de enlatados almacenan atunes, sardinas, salchichas entre otras e almacenan en bloque ya que estos productos llegan en cajas, lo cual se hace más fácil de esta manera.

Figura 21

Almacenamiento en bloque

Fuente: *Elaboración propia*



En la sección de granos la mayoría de mercancías se almacenan en pila ya que vienen en bultos.

Figura 22*Almacenamiento en pila***Fuente:** *Elaboración propia*

Cuando hablamos de productos pequeños como algunos de aseo los almacenamos en estanterías por comodidad y facilidad de los mismos

Figura 23*Almacenamiento en estandartes***Fuente:** *Elaboración propia*

- VIII. ¿En el Supermercado usan algún tipo de inventario?, ¿Cuál?:** Pues acá usamos el **PEPS** por la fecha de vencimiento que tienen la mayoría de los productos que se venden en el supermercado, para así mismo disponer de ellos primeramente y salir también de ellos primero antes de que se generen pérdidas por vencimiento de productos.
- IX. ¿Como es la relación con los proveedores?:** Por lo general es muy buena ya que por lo general cumplen con los tiempos de entrega de las mercancías y con los pedidos realizados

2.2.6 Análisis comparativo cadena de abastecimiento.

Factor a evaluar	Indicador	Autoservicio Merca Z	Merca Éxito la 20	Observaciones
Cadena de abastecimiento	Personal	Talento humano con conocimientos previos en dirección y supervisión de una cadena de abastecimiento.	Talento humano calificado en la dirección o supervisión de la cadena de abastecimiento. Disponibilidad de recurso humano en las diferentes áreas de la cadena de abastecimiento e instalaciones.	(1). Contratación de personal capacitado en cargos de supervisión. (1). Capacitación del personal en áreas afines de la cadena de abastecimiento.
	Selección de proveedores	Evolución de proveedores mediante aspectos específicos (costes de transporte, costes de productos o mercancías, calidad de productos, productos de alta rotación, tiempos de entrega, etc.) que permiten hacer una excelente selección.	Evolución de proveedores mediante aspectos específicos (costes de transporte, costes de productos o mercancías, calidad de productos, productos de alta rotación, tiempos de entrega, etc.) que permiten hacer una excelente selección. Ofertas de casas comerciales disponibles.	(2). Capacitaciones constantes y actualizadas en las áreas afines de la cadena de abastecimiento. Analizar y estudiar el mercado para satisfacer las necesidades constantemente de los clientes. de igual manera para realizar una selección de proveedor precisa en los momentos, tiempos o temporadas correctas.

	TIC	Carencia de equipos y herramientas para un buen flujo de comunicación.	Disponibilidad de equipos y herramientas tecnológicas (computadores, radios, teléfonos corporativos, software, etc.) que permiten un buen flujo de comunicación coherente en la cadena de abastecimiento .	(1). Adquisición de equipos y herramientas que permitan mantener una buena comunicación dentro y fuera de la cadena de abastecimiento. (2). realizar mantenimientos preventivos programados de equipos y herramientas, para así, no llegar a presentar retrasos o comunicados erróneos en la cadena de abastecimiento.
		Almacenamiento	Carencia de cuartos de almacenamiento, que no permiten un buen almacenaje de mercancías y/o productos.	Disponibilidad de cuartos o bodegas de almacenamiento o (3), amplios dentro y fuera de las instalaciones que permiten una buena organización de mercancías de fácil acceso.
	Manejo de Inventario		Inventarios tradicionales poco sistematizados, que no permiten accesos rápidos y precisos de productos.	Inventarios sistematizados con softwares correspondientes que permiten un fácil manejo de la gran variedad de productos con los que cuentan.
	Reabastecimiento	Stock de inventario poco disponible en la	Excelente stock de inventario, que	Disponer de stock suficiente que permitan cubrir las

		cadena de abastecimiento, tanto así, que se llega a presentar escasez de productos.	permite llevar una buena rotación de inventario sin llegar a presentar escasez de productos.	necesidades de los clientes en todo momento, de tal modo de no generar inconformidades por los mismos,
--	--	---	--	--

Con respecto a la tabla anterior, se puede concluir que Merca Éxito la 20 es una empresa con mayor estructura en la cadena de abastecimiento con respecto a Autoservicio Merca Z. ya que cuenta con varias sobresalientes en; el almacenamiento de mercancías, lo realizan de una manera organizada y oportuna en diferentes secciones establecidas en los cuartos o bodegas de almacenamiento dentro y fuera de sus instalaciones. Además de que cuentan con 3 bodegas amplias bien distribuidas; el manejo de inventario es sistematizado y con softwares acordes a su necesidad, que les permite llevar un control riguroso de la cantidad de productos que entran y salen a cada momento. Además de conocer valores numéricos computarizados de costes de productos en general; el personal calificado encargado en la supervisión de la cadena de abastecimiento es responsable en la misma, de tal manera que conocen de primera mano los productos o secciones que se están agotando y hacer así, su respectivo reabastecimiento; el stock de inventario con el que disponen les permite no llegar a presentar escases en momentos de demanda de productos. En fin, son varios aspectos en los que Merca Éxito la 20 supera a Autoservicio Merca Z.

2.3 Etapa 3 Análisis y comparación de la información

En esta etapa final haremos un análisis y selección de la información más relevante obtenida de las entrevistas realizados en los supermercados Autoservicio Merca Zeta y Merca Éxito la 20 el cual lo haremos mediante la matriz FODA que nos permitirá ver en rasgos generales cuales de qué manera podemos fortalecer y buscarle oportunidades a las debilidades y amanezcas

2.3.1 Elaboración de la matriz FODA del Autoservicio Merca Zeta

Análisis FODA	<p style="text-align: center;">Fortalezas (Interno)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Talento humano comprometido en toda la cadena de abastecimiento. -Almacenamiento óptimo de mercancías en bodegas determinadas. -Control adecuado de inventarios de la cadena de abastecimiento. -Evaluación de proveedores locales y nacionales (precios bajos, costos bajos en fletes, productos de salida en el mercado, tiempos de entrega de pedido, calidad de productos, etc.). -Organización de mercancías u/o productos por sección o tipo para mayor facilidad de localización. -Inventario suficiente, para su autoabastecimiento. Para 	<p style="text-align: center;">Oportunidades (Externo)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Llegar a ser el Supermercado líder en el municipio de Puerto Asís. -Capacitación del equipo de talento humano en áreas como (atención y servicio al cliente, manejo y almacenamiento de inventarios, trabajo en equipo en las diferentes áreas, etc.). -Distribuidor local de productos relacionados de la canasta familiar y demás al por mayor.
----------------------	--	--

	así, no presentar escasez en la cadena de abastecimiento	
<p>Debilidades (Interno)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Falta de sistematización o software de inventario optimo y competitivo. -Falta de bodega de almacenamiento de inventario. -Falta de vehículo camión propio para el transporte de mercancías de manera local o nacional. Falta de insumos o equipo tecnológico para mejor comunicación en toda la cadena de abastecimiento (radios, teléfonos corporativos, computadores, etc.). 	<p>Estrategia (FD)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Capacitarse con nuevos softwares que le permitirán una manera fácil verificar el rendimiento de la cadena de abastecimiento y saber los costos que generan los inventarios que están en almacenamiento, tanto así, saber un número más aproximados de su rotación. -Adquirir equipos tecnológicos como radios, teléfonos corporativos que permitan mantener una buena comunicación constante con los encargados de área o talento humano involucrado en la cadena de abastecimiento, de tal forma que no se llegue a presentar escasez por falta de la misma. 	<p>Estrategia (OD)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Capacitarse con nuevos softwares que le permitirán una manera fácil verificar el rendimiento de la cadena de abastecimiento y saber los costos que generan los inventarios que están en almacenamiento, tanto así, saber un número más aproximados de su rotación. -Mirar la posibilidad de arrendar o adquirir una bodega cerca a las instalaciones principales, para un mejor almacenamiento de mercancías en la cadena de abastecimiento.
<p>Amenazas (Externo)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Los almacenes de cadena que están llegando al departamento, lo cual puede haber una afectación en el mercado y puede afectar algunos productores de la zona, además, que pueden acaparar una parte de la clientela. -La mala comunicación concurrente en el personal de involucrado en la 	<p>Estrategia (FA)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fortalecer las partes vulnerables de la cadena de abastecimiento, para poder así, ser más competitivos de manera local. Además de poder mejorar aún más lo que ya está establecido. 	<p>Estrategia (OA)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Ser más competitivos con productos de calidad y regionales para que de esa forma, tener un valor agregado en la cadena de -abastecimiento. Apoyando a los proveedores locales e intentar disminuir el impacto económico negativo que pueden generar los almacenes de cadena en la comunidad

<p>cadena de abastecimiento, puede generar insatisfacción en los clientes tanto así, la pérdida de los mismos.</p> <p>-Que por la afectación de la pandemia se generen retrasos y alzas de precios por parte de los proveedores lo cual se puede complicar un poco las ventas de las mercancías por el alza de precios en los productos.</p>		Asisence.
--	--	-----------

2.3.2 Elaboración de matriz FODA de Merca Éxito la 20

<p>Análisis FODA</p>	<p>Fortalezas (Interno)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Contar con talento humano calificado como jefes de área en la cadena de abastecimiento. -Talento humano comprometido y participe en la cadena de abastecimiento, además en la atención y servicio al cliente. -Disponibilidad de equipos, insumos y herramientas que les permite una buena comunicación dentro y fuera de la cadena de abastecimiento. -Cuentan con software actualizados, óptimos y eficaces en el manejo y control de inventarios. -Disponibilidad de bodegas o cuartos de almacenamiento de mercancías. -Disponibilidad de inventario para el autoabastecimiento constante. -Buenas relaciones con proveedores, facilitando así, lo accesible a precios bajos u/o promociones que contribuyan en la cadena de abastecimiento. 	<p>Oportunidades (Externo)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Fabricación y Comercialización de productos en su cadena de abastecimiento, entrando así, en un ambiente más competitivo en la región. -Abrir nuevas sedes o sucursales a nivel departamental y regional con una gran variedad de productos en sus instalaciones. -Aprovechando así, parte del equipo logístico con el que cuentan en la cadena de abastecimiento. -Mantener un posicionamiento estructurado en la región, con la venta y comercialización de productos de la canasta familiar y demás artículos relacionados de buena calidad y cómodos precios.
<p>Debilidades (Interno)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Excesiva acumulación de mercancías u/o inventarios. En el caso de que disponen de un stock 	<p>Estrategia (FD)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Capacitar al talento humano en general en temas afines a (control y manejo de inventarios 	<p>Estrategia (OD)</p> <ul style="list-style-type: none"> -Mantener las buenas relaciones con proveedores nacionales y regionales para sus fines

<p>de inventario alto, pueden llegar incluso a generar pérdidas de productos o mercancías de la cadena de abastecimiento.</p> <p>-Contratación de talento humano calificado, que contribuya con el buen flujo o manejo de la cadena de abastecimiento.</p> <p>-Falta de capacitación constante al equipo de talento humano en general que les permita hablar un mismo idioma, tanto en la cadena de abastecimiento como en la prestación del servicio.</p>	<p>sistematizados, almacenamiento de mercancías, atención y servicio al cliente, Excel avanzado, trabajo en equipo, etc.).</p> <p>-Fortalecimiento en los jefes de áreas del buen flujo de información en la cadena de abastecimiento, para así tener datos concretos y de primera mano sobre el inventario en general.</p>	<p>de expansión, venta y comercialización de productos.</p> <p>-Realizar un estudio de mercado que le permita ver lo factible y rentable, de abrir una sucursal en la región, de tal forma que permita rotar de una manera más óptima su inventario en stock.</p> <p>-Contratación de personal calificado en áreas de fabricación de productos de la canasta familiar para su fabricación y comercialización.</p>
<p>Amenazas (Externo)</p> <p>-Los almacenes de cadena que están llegando al departamento, lo cual puede haber una afectación en el mercado y puede afectar algunos productores de la zona, además, que pueden acaparar una parte de la clientela.</p> <p>-Que por la afectación de la pandemia se generen retrasos y alzas de precios por parte de los proveedores lo cual se puede complicar un poco las ventas de las mercancías por el factor precio</p>	<p>Estrategia (FA)</p> <p>-Tener más proveedores en la misma línea de productos, para que en caso de que sucedan los inconvenientes mencionados en las amenazas, se pueda solucionar mediante otros proveedores que ya se han evaluado previamente.</p> <p>-Regirse en los protocolos necesarios y acuerdos estipulados, para prestar un buen servicio a los miembros de la cadena de abastecimiento y a los clientes cuidando de la salud de todos.</p>	<p>Estrategia (OA)</p> <p>-Inversión en las instalaciones para estar a un nivel más competitivo departamentalmente y pueden abrirse nuevas ideas para crecer también en un futuro a nivel regional.</p> <p>-Ser más competitivos con productos de calidad y regionales para que de esa forma, tener un valor agregado en la cadena de abastecimiento.</p> <p>Apoyando a los proveedores locales e intentar disminuir el impacto económico negativo que pueden generar los almacenes de cadena en la comunidad Asisence.</p> <p>-Asimilar la pandemia de la mejor forma posible, de</p>

		igual manera no dejar de trabajar para con la comunidad en su abastecimiento de necesidades diarias.
--	--	--

2.3 Encuesta

Continuando con la investigación de campo, se llevó a cabo una encuesta a una parte significativa de la comunidad del municipio de Puerto Asís la cual nos permitió conocer la preferencia de los clientes ante las dos entidades ya mencionadas (merca éxito la 20, autoservicio merca Z). la muestra poblacional fue de tipo infinita, debido a la a que no se conoce con ciencia cierta la población, es decir, las características de los clientes de dichas entidades.

$$n = \frac{zpq}{e}$$

n= tamaño de muestra

z= nivel de confianza

p= población de que ocurra el evento estudiado (éxito)

q= (1-p) población de que no ocurra el evento

e= error de estimación

para hallar el valor del tamaño de la muestra poblacional se definió que el nivel de confianza fuese del 95% con un margen de error del 5%. Además, se estimó que la probabilidad de éxito y fracaso correspondieran a un 50%.

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0.5) * (1 - 0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \cong 384 \text{ prsonas a encuestar}$$

La ejecución de la encuesta queda evidenciada en los (*anexos 2 figura37, anexo 3 figura 37, anexo 4 figura 39, anexo 5 figura 40, anexo 6 figura 41 y anexo 7 figura*

42) en la que se tuvo que tener en cuenta las medidas de seguridad por la emergencia sanitaria.

2.4.1 Formato de encuesta

La presente encuesta, está dirigida a una parte de la comunidad del municipio de Puerto Asís en el departamento del Putumayo es de tipo cualitativa. La cual nos ayudara a recolectar una serie de información sobre aspectos de preferencia de dichos miembros con respecto a entidades prestadoras de servicio de productos de la canasta familiar y de más.

Marca con una x las respuestas de tu agrado o preferencia dependiendo la pregunta.

Nombre:

Dirección:

A la hora de realizar sus compras de productos de la canasta familiar y demás artículos relacionados en un determinado establecimiento que tienes encuesta:

¿Cuál ofrece productos de calidad en sus instalaciones?

- Autoservicio merca Z
- Merca éxito la 20
- Todas las anteriores
- Otro

Cual: _____

¿Cual refleja economía en los productos o diversidad de artículos que ofrecen?

- Autoservicio merca Z
- Merca éxito la 20
- Todas las anteriores
- Otro

Cual: _____

¿Cual ofrece variedad de productos en sus instalaciones para sus clientes?

- Autoservicio merca Z
- Merca éxito la 20
- Todas las anteriores
- Otro

Cual: _____

¿Cual ofrece Promociones para sus clientes?

- Autoservicio merca Z
- Merca éxito la 20
- Todas las anteriores
- Otro

Cual: _____

¿Cuál presenta mejor organización en sus instalaciones para la comodidad de sus clientes?

- Autoservicio merca Z
- Merca éxito la 20
- Todas las anteriores
- Otro

Cual: _____

¿Cuál implementa bonificaciones para sus clientes?

- Autoservicio merca Z

- Merca éxito la 20
- Todas las anteriores
- Otro

Cual: _____

¿Cuál se encuentra factible para su desplazamiento?

- Autoservicio merca Z
- Merca éxito la 20
- Todas las anteriores
- Otro

Cual: _____

¿Cuál presenta higiene en sus instalaciones?

- Autoservicio merca Z
- Merca éxito la 20
- Todas las anteriores
- Otro

Cual: _____

¿Cual ofrece el servicio de domicilios para sus clientes?

- Autoservicio merca Z
- Merca éxito la 20

Todas las anteriores

Otro

Cual: _____

¿Cuál supermercado le brinda un

mejor servicio de abastecimiento para sus
necesidades?

¿Cuál presta un servicio y atención de
calidad para sus clientes?

Autoservicio merca Z

Merca éxito la 20

Todas las anteriores

Otro

Cual: _____

Autoservicio merca Z

Merca éxito la 20

Todas las anteriores

Otro

Cual: _____

¡MUCHAS GRACIAS!

2.4.2 Análisis de la información

Tabla 1: Datos estadísticos de productos de calidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Autoservicio Merca Z	83	21.6	21.6	21.6
	Merca Éxito La 20	184	47.9	47.9	69.5
	Todas las anteriores	91	23.7	23.7	93.2
	Otro	26	6.8	6.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

El 21,6% de las personas encuestadas prefiere Autoservicio Merca Z, el 47,9% tiene como preferencia el supermercado Merca Éxito la 20, el 23,7% se siente cómodo con los dos supermercados (Autoservicio Merca Z y Merca Éxito la 20) y el 6,8% restante tiene como preferencia un supermercado diferente cuando se trata de comprar productos de buena calidad

Figura 24

Grafica estadística de productos de calidad

Fuente: Elaboración propia

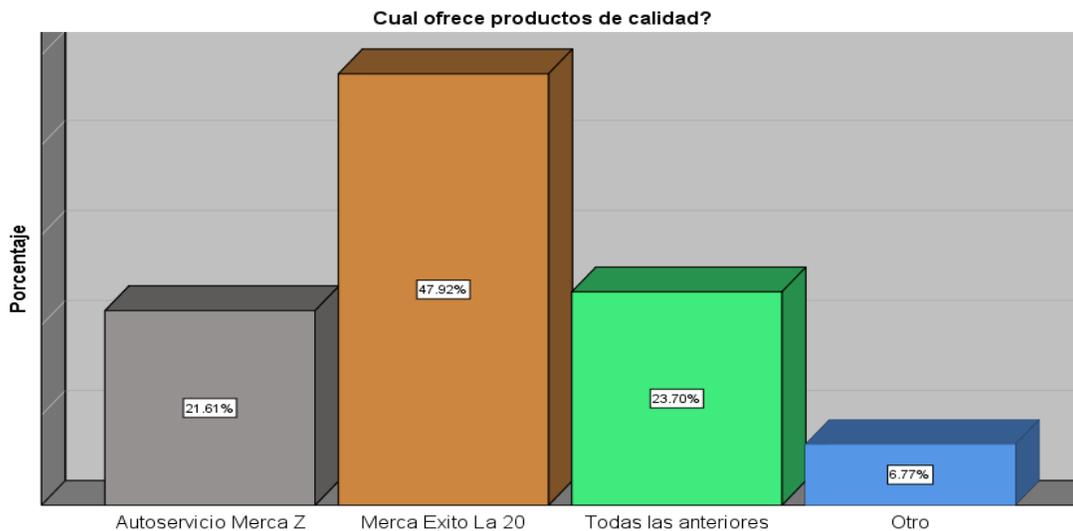


Tabla 2: Datos estadísticos de economía en los productos

¿Cual refleja economía en los productos?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Autoservicio Merca Z	83	21.6	21.6	21.6
	Merca Éxito La 20	210	54.7	54.7	76.3
	Todas las anteriores	66	17.2	17.2	93.5
	Otro	25	6.5	6.5	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

El 21,6% de las personas encuestadas prefiere Autoservicio Merca Z, el 54,7% tiene como preferencia el supermercado Merca Éxito la 20, el 17,2% se siente cómodo con los dos supermercados (Autoservicio Merca Z y Merca Éxito la 20) y el 6,5% restante tiene como preferencia un supermercado diferente cuando compran productos basándose en menores precios.

Figura 25

Grafica estadística de economía en los productos

Fuente: Elaboración propia

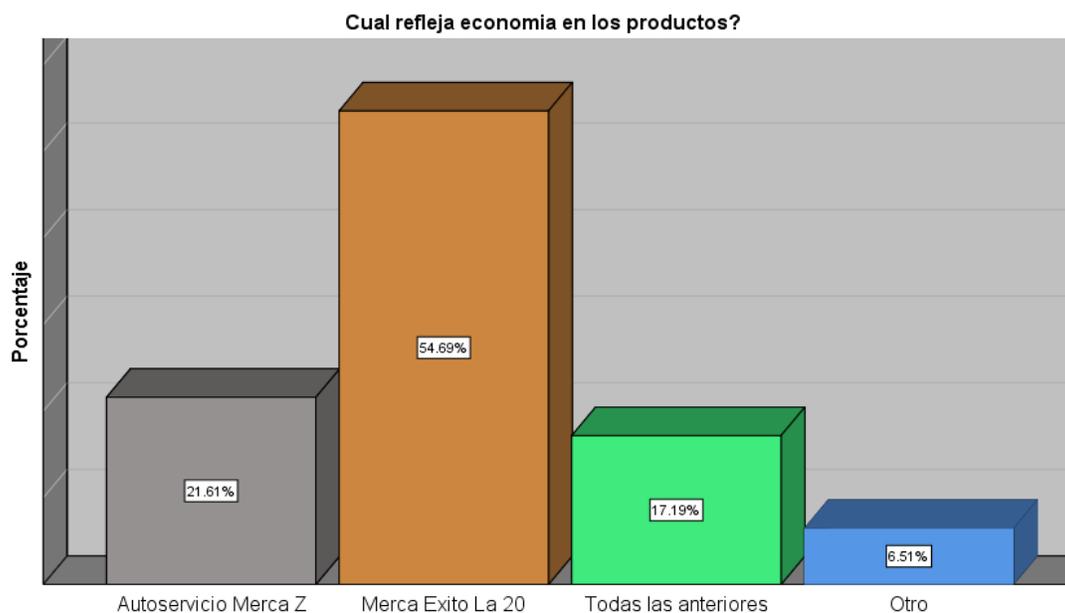


Tabla 3: Datos estadísticos de variedad de productos**¿Cual ofrece variedad de productos?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Autoservicio Merca Z	83	21.6	21.6	21.6
	Merca Éxito La 20	253	65.9	65.9	87.5
	Todas las anteriores	22	5.7	5.7	93.2
	Otro	26	6.8	6.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

El 21,6% de las personas encuestadas prefiere Autoservicio Merca Z, el 65,9% tiene como preferencia el supermercado Merca Éxito la 20, el 5,7% se siente cómodo con los supermercados mencionados anteriormente (Autoservicio Merca Z y Merca Éxito la 20) y el 6,8% restante tiene como preferencia un supermercado diferente cuando se quieren encontrar diversidad de productos para comprar

Figura 26

Grafica estadística variedad de productos

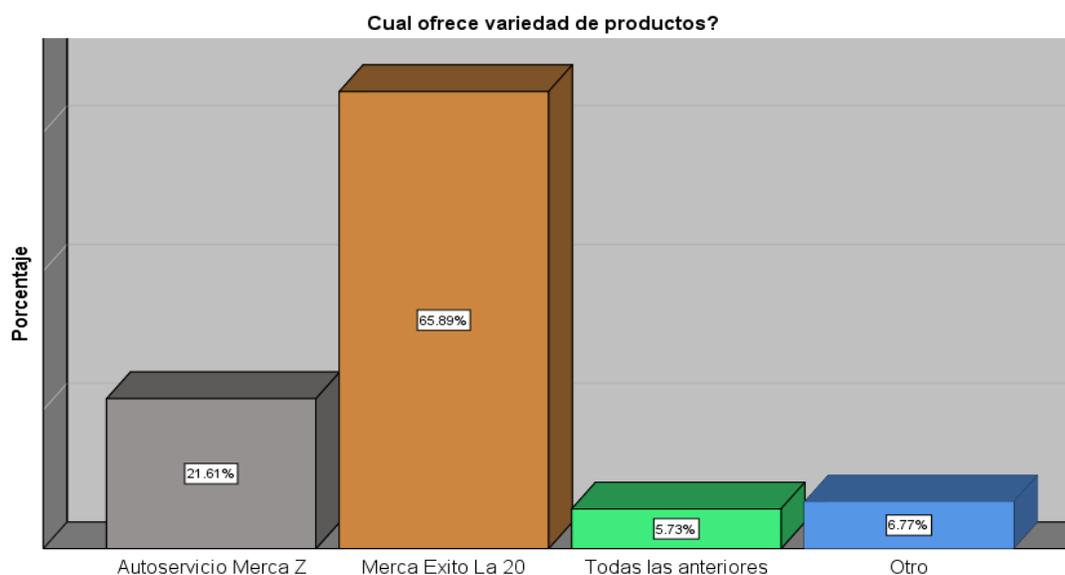
Fuente: Elaboración propia

Tabla 4: Datos estadísticos de promociones en los supermercados

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Autoservicio Merca Z	88	22.9	22.9	22.9
	Merca Éxito La 20	190	49.5	49.5	72.4
	Todas las anteriores	76	19.8	19.8	92.2
	Otro	30	7.8	7.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

El 22,9% de las personas encuestadas opino que Autoservicio Merca Z ofrece promociones en la venta de sus productos, el 49,5% opino que el supermercado Merca Éxito la 20 tiene más promociones, el 19,8% se siente conforme con las promociones de Autoservicio Merca Z y Merca Éxito la 20, mientras que el 7,8% opina que otros supermercados ofrecen mejores promociones que Autoservicio Merca Z y Merca Éxito la 20

Figura 27

Grafica estadística variedad de productos

Fuente: Elaboración propia

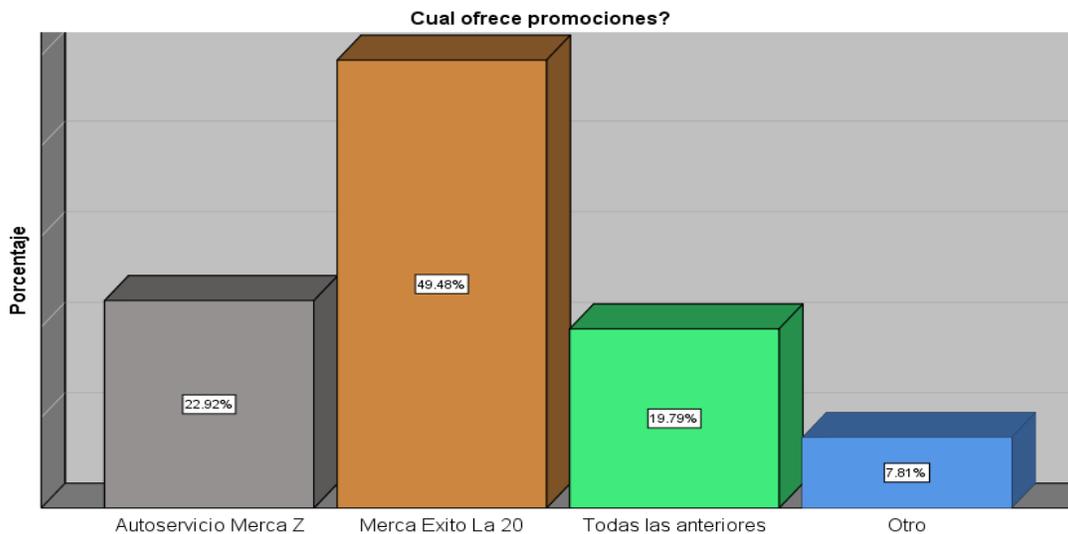


Tabla 5: Datos estadísticos de supermercado más organizado**¿Cuál presenta mejor organización**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Autoservicio Merca Z	132	34.4	34.4	34.4
	Merca Éxito La 20	190	49.5	49.5	83.9
	Todas las anteriores	31	8.1	8.1	91.9
	Otro	31	8.1	8.1	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Según la opinión de la comunidad Asisence Merca Éxito la 20 es el supermercado que más orden presenta en sus instalaciones con un 49,5%, siguiendo por Autoservicio Merca Z con un 34,4%, el 8,1% opina que los dos supermercados mencionados anteriormente son los más ordenados en el municipio y el 8,1% restante opina que otros supermercados son los más ordenados en el municipio de Puerto Asís.

Figura 28

Grafica estadística variedad de productos

Fuente: Elaboración propia

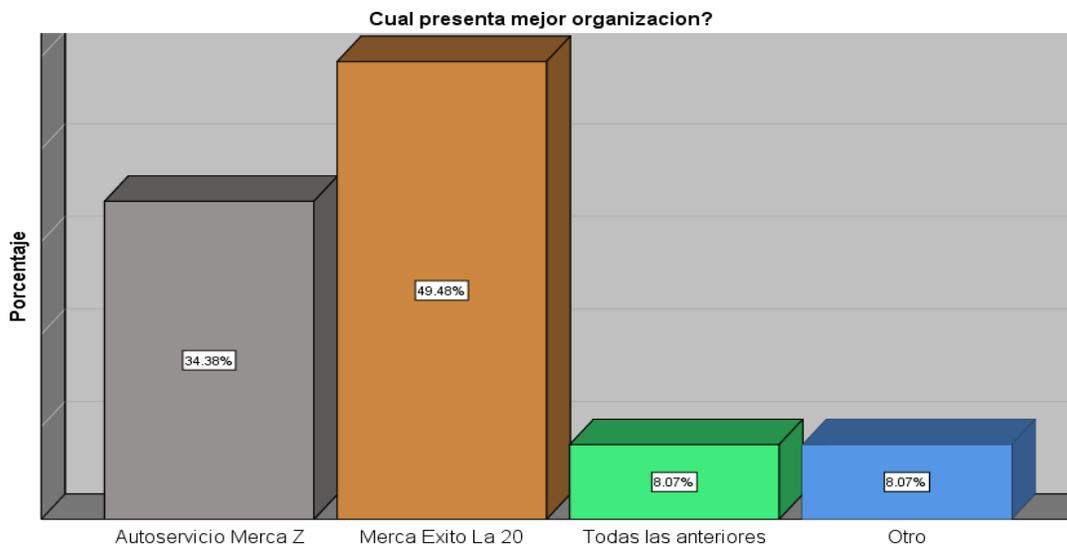


Tabla 6: Datos estadísticos de bonificaciones en los supermercados**¿Cuál implementa bonificaciones?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Autoservicio Merca Z	81	21.1	21.1	21.1
Merca Éxito La 20	208	54.2	54.2	75.3
Todas las anteriores	68	17.7	17.7	93.0
Otro	27	7.0	7.0	100.0
Total	384	100.0	100.0	

De las 384 personas encuestadas en el municipio de Puerto Asís Putumayo el 54,4% opina que Merca Éxito La 20 es el supermercado que más bonificaciones tiene en sus ventas, el 21,1% opina que es Autoservicio Merca Z, el 17,7% opina que tanto Merca Éxito la 20 como Autoservicio Merca Z tienen implementadas bonificaciones en sus productos y el 7% restante opina que otros supermercados don mejores en la implementación de bonificaciones.

Figura 29

Grafica estadística bonificaciones

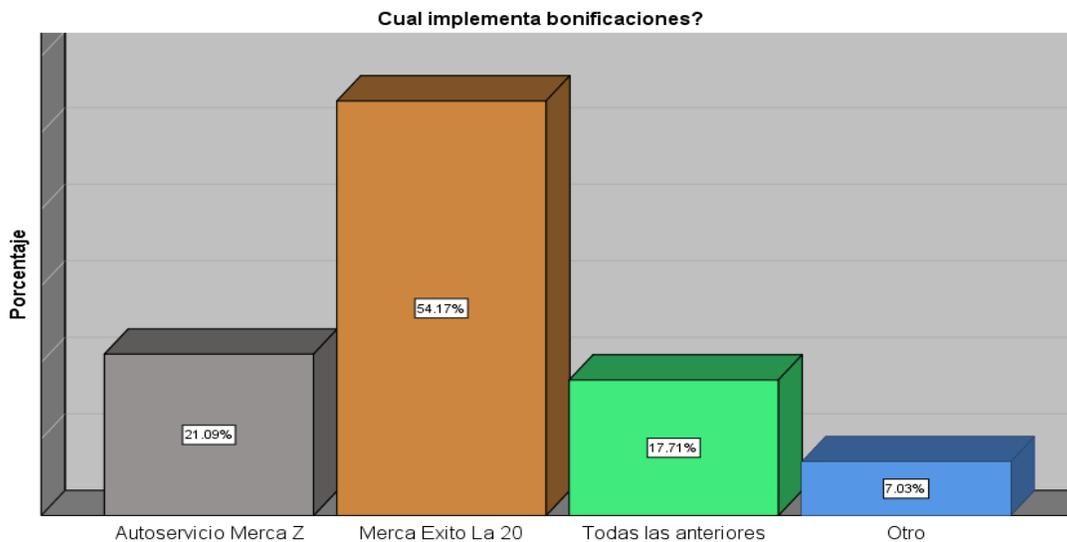
Fuente: Elaboración propia

Tabla 7: Datos estadísticos de supermercado más factible en cuanto a desplazamiento**¿Cuál se encuentra factible para su desplazamiento?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Autoservicio Merca Z	85	22.1	22.1	22.1
	Merca Éxito La 20	173	45.1	45.1	67.2
	Todas las anteriores	86	22.4	22.4	89.6
	Otro	40	10.4	10.4	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

El 22,1% de los encuestados tiene como preferencia Autoservicio Merca Z cuando se trata del desplazamiento que tiene que recorrer para realizar sus compras, mientras el 45,1% se les es más factible Merca Éxito 20, el 22,4% opinan que tanto Autoservicio Merca Z como Merca Éxito La 20 son factibles para realizar sus compras basándose en el desplazamiento que tienen que hacer, mientras el 10,4% restante opina que otros supermercados son más factibles para ellos para realizar sus compras basándose en el desplazamiento.

Figura 30

Grafica estadística factibilidad de desplazamiento

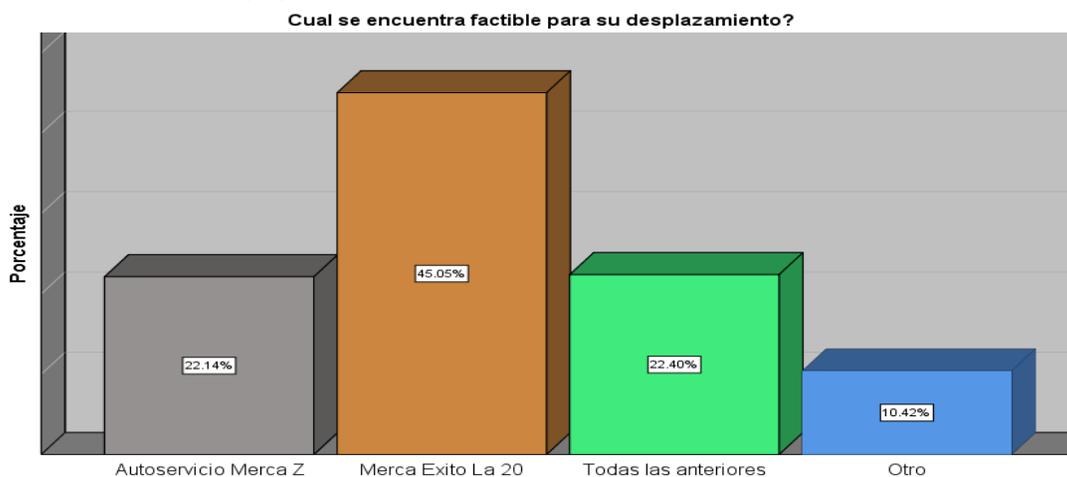
Fuente: Elaboración propia

Tabla 8: Datos estadísticos de higiene en los supermercados**¿Cuál presenta higiene en sus instalaciones?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Autoservicio Merca Z	138	35.9	35.9	35.9
	Merca Éxito La 20	162	42.2	42.2	78.1
	Todas las anteriores	35	9.1	9.1	87.2
	Otro	49	12.8	12.8	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

El 35,9% de las personas encuestadas prefiere Autoservicio Merca Z, el 42,2% tiene como preferencia el supermercado Merca Éxito la 20, el 9,1% se siente cómodo con los dos supermercados (Autoservicio Merca Z y Merca Éxito la 20) y el 12,8% restante tiene como preferencia un supermercado diferente para realizar sus compras basándose en la higiene del establecimiento

Figura 31

Grafica estadística de higiene en los supermercados

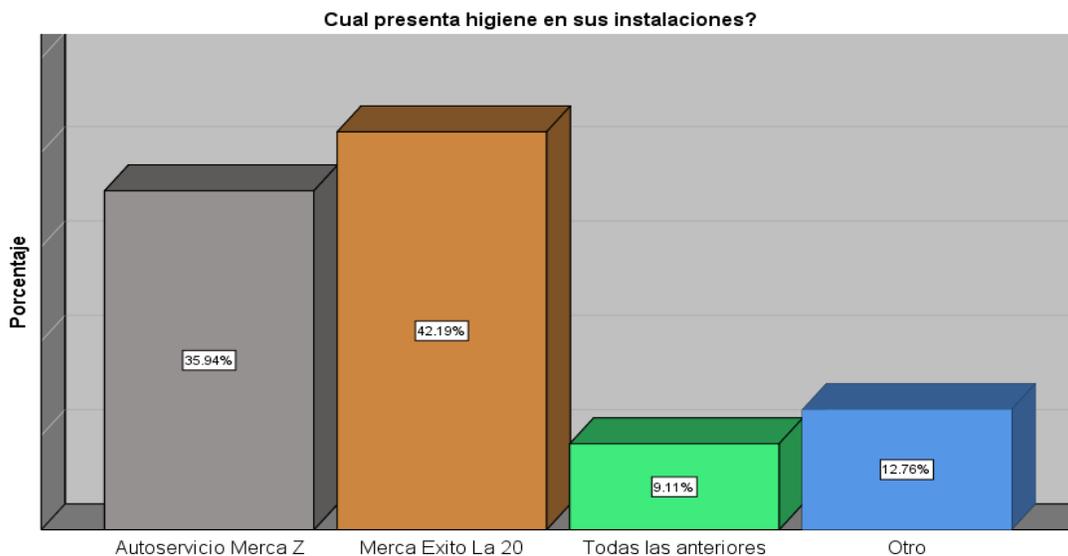
Fuente: Elaboración propia

Tabla 9: Datos estadísticos de servicio a domicilio**¿Cual ofrece servicio a domicilio?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Autoservicio Merca Z	84	21.9	21.9	21.9
	Merca Éxito La 20	159	41.4	41.4	63.3
	Todas las anteriores	107	27.9	27.9	91.1
	Otro	34	8.9	8.9	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

El 21,6% de las personas encuestadas prefiere Autoservicio Merca Z, el 41,4% tiene como preferencia el supermercado Merca Éxito la 20, el 27,9% se siente cómodo con los dos supermercados (Autoservicio Merca Z y Merca Éxito la 20) y el 8,9% restante tiene como preferencia un supermercado diferente cuando se trata de comprar productos a domicilio.

Figura 32

Grafica estadística servicio a domicilio

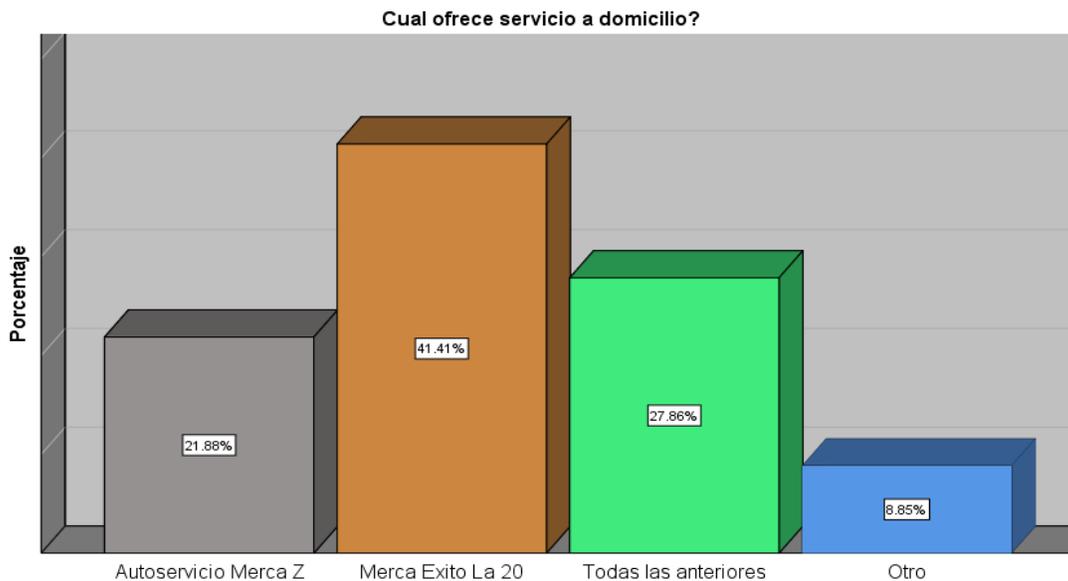
Fuente: Elaboración propia

Tabla 10: Datos estadísticos de servicio de calidad**¿Cual ofrece un servicio de calidad?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Autoservicio Merca Z	102	26.6	26.6	26.6
	Merca Éxito La 20	173	45.1	45.1	71.6
	Todas las anteriores	75	19.5	19.5	91.1
	Otro	34	8.9	8.9	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

El 26,6% de las personas encuestadas prefiere Autoservicio Merca Z, el 45,1% tiene como preferencia el supermercado Merca Éxito la 20, el 19,5% se siente cómodo con los dos supermercados (Autoservicio Merca Z y Merca Éxito la 20) y el 8,9% restante tiene como preferencia un supermercado diferente cuando elijen un servicio de calidad.

Figura 33

Grafica estadística servicio de calidad

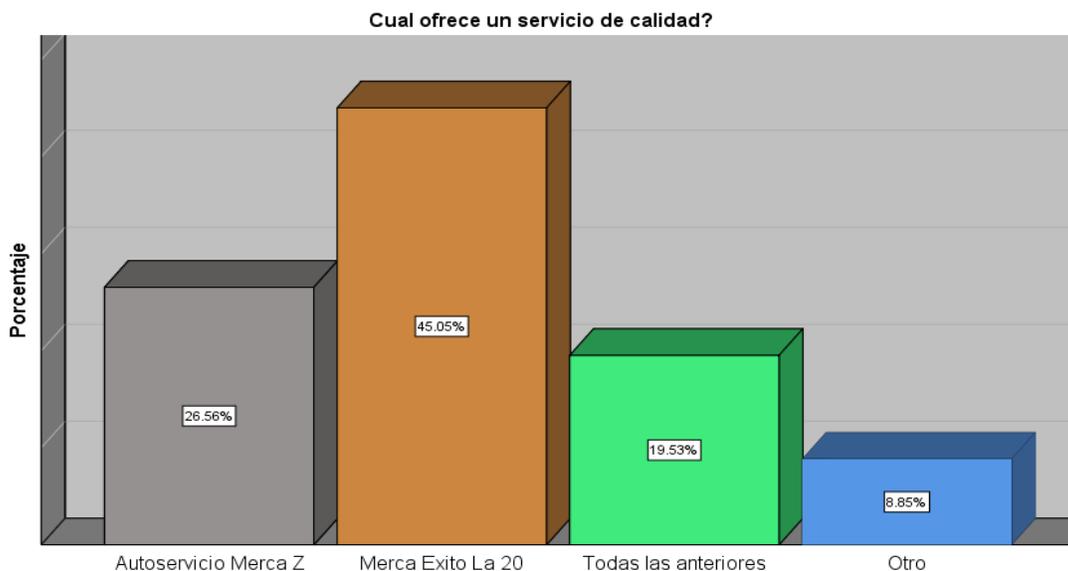
Fuente: Elaboración propia

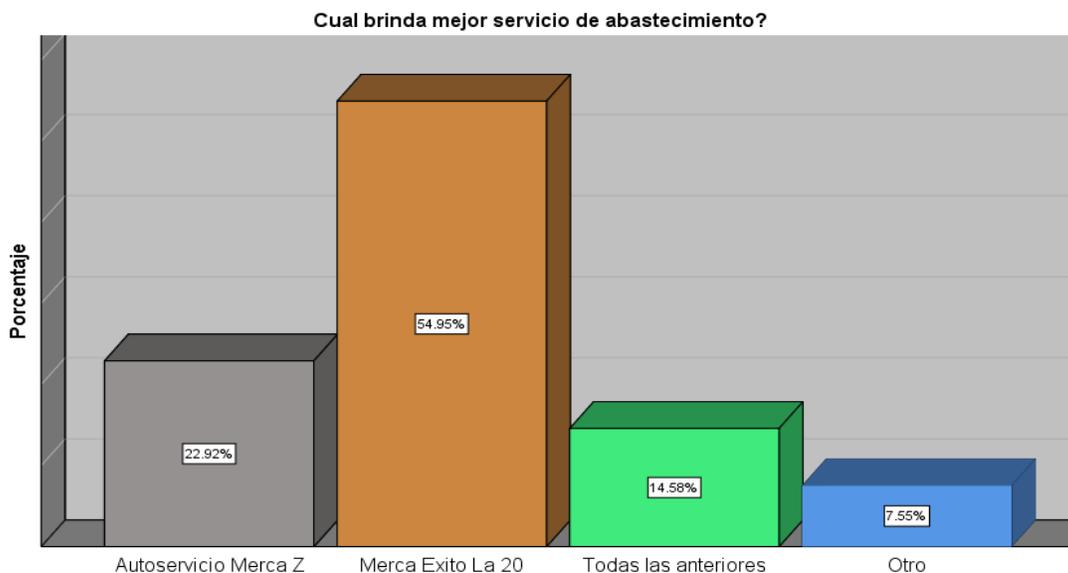
Tabla 11: Datos estadísticos de abastecimiento**¿Cuál brinda mejor servicio de abastecimiento?**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Autoservicio Merca Z	88	22.9	22.9	22.9
	Merca Éxito La 20	211	54.9	54.9	77.9
	Todas las anteriores	56	14.6	14.6	92.4
	Otro	29	7.6	7.6	100.0
	Total	384	100.0	100.0	

Con base en la opinión de la población Asisence el supermercado posee un mejor servicio en abastecimiento en sus instalaciones es Merca Éxito la 20 con 54,9%, un 22,9% tiene como preferencia Autoservicio Merca Z, 14,6% tienen como preferencia tanto Merca Éxito La 20 como Autoservicio Merca Z y el 7,6% restante opina que otro supermercado posee un mejor servicio de abastecimiento

Figura 34

Grafica estadística servicio de abastecimiento

Fuente: Elaboración propia

2.3.4 Análisis comparativo

Factor a evaluar	Autoservicio Merca Z		Merca éxito La 20		Observaciones Generales
	Aspectos positivos	Aspectos negativos	Aspectos positivos	Aspectos negativos	
Calidad del servicio	Agilidad en el servicio y buena atención	A veces presenta carencia de algunos productos.	Buena atención y organización de los productos, para mayor facilidad de compra.	Demoras en las cajas de pago y espacios pequeños de tránsito para el gran número de personas que los visitan	Disponer de un mejor inventario de rotación para no presentar escasez. Realizar mejoras en los espacios de tránsito para mejor y mayor flujo de visitantes en las instalaciones.
Higiene	En general las secciones de las instalaciones se encuentran aseadas y limpias para la comodidad y ha grado de los visitantes.	La sección de carnes no se encuentra en un área de ventilación constante para los olores.	En lo posible las secciones de las instalaciones mantiene limpias y aseadas. La sección de carnes y verduras cuentan con ventilación natural, para el buen flujo de olores.	Carecen de personal de limpieza en algunas secciones para la gran cantidad de personas que visitan las instalaciones constantemente.	Contratación o denominación de personal de limpieza que se abastece con el aseo constante de las secciones. Denominación o adecuación de cuartos de limpieza óptimos en las instalaciones.
Economía	clientes satisfechos	Falta de preferenci	Posicionamiento en el	Competidores locales	Mantener siempre una

	con el rendimiento de su dinero.	a por parte de la comunidad del municipio de Puerto Asís.	mercado del municipio de Puerto Asís.	insatisfechos	competencia sana en este aspecto.
Domicilio	Mejor fluido de personas en las instalaciones.	Insatisfacción de clientes por compra de productos no relacionados.	Empatía con los clientes que utilizan este servicio.	Contratación de personal para brindar un buen servicio en esta área.	Capacitación constante al personal encargado de esta área para brindar un buen servicio de domicilio.
Abastecimiento	Disponibilidad de gran variedad de productos para con los clientes que visitan las instalaciones.	Escasez de productos en las instalaciones.	Preferencia por parte de la comunidad del municipio de Puerto Asís a la hora de realizar sus compras de productos de la canasta familiar.	Competidores locales insatisfechos.	Mantener stock de inventarios para un buen auto abastecimiento.

3. Conclusiones

Según la investigación documentada expuesta en la primera etapa del documento, se logra concluir que las cadenas de abastecimiento llevadas a cabo por parte de los supermercados Mercaéxito la 20 y Autoservicio Merca Z, para la prestación de servicio de venta de productos de la canasta familiar y demás artículos relacionados son acorde con el fin objetivo de los mismos. El cual es, suplir con el abastecimiento necesario a la comunidad del municipio de Puerto Asís en el departamento del Putumayo.

De acuerdo con el estudio obtenido de la investigación de campo en la segunda parte de trabajo se concluyó por medio de la entrevista aplicada que; el supermercado Mercaxito la 20 realiza una cadena de abastecimiento más estructurada y ordenada desde la evaluación y selección de proveedores, compra y transporte de productos, almacenamiento adecuado de mercancías, control y manejo de inventarios, distribución y venta de productos al por mayor y detal a los clientes. Con la ayuda correspondiente de materiales, equipos y herramientas utilizados en la cadena de abastecimiento, además, de un talento humano comprometido y capacitado en la labor de la misma.

Por último, resaltamos en la tercera etapa que el supermercado Merca Éxito la 20 sobresalió en los aspectos de preferencia por los cuales los clientes concurren en sus instalaciones, además, de que en un 54.95% de la comunidad del municipio de Puerto

Asís en el departamento del Putumayo los prefieren ya que, es el que mejor brinda un servicio de abastecimiento para sus necesidades en general.

También cabe resaltar que autoservicio Merca Zeta es un supermercado competitivo en el municipio de Puerto Asís, con una gran variedad de aspectos positivos y cosas por mejorar como cualquier entidad prestadora de servicio. Además de que cuenta con un talento humano comprometido en toda la cadena de abastecimiento y prestación del servicio.

4. Bibliografía

- Br. Lozano Tacanga, Beyanira Shari. (2017). *Cadena de suministro en una empresa importadora de herramientas para la industria metalmecánica, Lima 2017.*
- Camilo Hopernanbucano. (2003). *Historia de la cadena de abastecimiento.*
- Carmen Marcela Tavar Infantes. (2014). *"MEJORA DEL SISTEMA DE ALMACEN PARA.*
- Christopher, M. (1992). *Logistics and Supply Chain Management.*
- CORREA ESPINAL, ALEXANDER ALBERTO. (2010). *GESTIÓN DE ALMACENES Y TECNOLOGIA DE LA INFORMACION Y COMUNICACION TIC.*
- Corvo, Helmut Sy. (2000). *Cdena de sumiistros, historia , características y procesos.*
- Danette Barrascout De Leon. (2005). *ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE ABASTECIMIENTO INTERNA.*
- Daniel Fernando, Paredes Fernández. (2018). *propuesta de Mejora del Proceso de Almacenamiento y Distribucion de Productos Perminados en una Empresa Cementera del Sur del Pais.*
- Garcia, A. (marzo de 2007). *Desarrollo de un modelopara la implementación del codigo EAN/UCC 128 en el centro de distribución Guatire del Laboratorio Schering.*

Jacobo García Anduiza. (2018). *Gestión de la cadena de suministro: análisis del uso de las TIC y su impacto en la eficiencia* .

Javier Gonzales miranda. (2004). *Estudio de manejo de suministros basada en la arquetipos*.

JESSICA CAROLINA GUARANGO. (2015). *PROPUESTA DE UN SISTEMA DE GESTION DE INVENTARIOS PARA LA EMPRESA FEMARPE. CÍA LTDA.*

JOHANNA RAMÍREZ MENA. (2016). *DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTIÓN PARA EL CONTROL DE INVENTARIO EN.*

Juan Gregorio Arrieta Pozada. (2011). *Aspectos a considerar para una buena gestión en los almacenes de las empresas (Centros de Distribución, CEDIS).*

Julieta Ruiz Rodriguez. (2012). *DISEÑO DE UN SISTEMA DE GESTION DE PROVEEDORES, IMPLEMENTADO.*

Lizeth Johanna Gamboa. (2014). *Analisis y mejoramiento del sistema de almacenamiento de Electroindustria S.A.*

Mario Fernando Castro. (2012). *ANALISIS Y MEJORAMIENTO DEL PROCESO LOGISTICO DE DISTRIBUCION DE PONQUE RAMO DE ANTIOQUIA S.A.*

Neiro Acevedo. (2004).

Pablo Cesar Franco Vasquez. (2008). *Aproximación Teórica al Concepto Integral de la Logística.*

Pantoja Riveros Katherine. (2016). *PROPUESTA DE UN SISTEMA LOGISTICO DE PLANIFICACION DE.*

Soriano Valdivia, Andrés Enrique. (2004). *PROPUESTA DE MEJORA EN LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO (SCM) PROGRAMACIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTO TERMINANADO EN UNA INDUSTRIA CERVECERA.* .

Valentina Jimenez Diaz. (2018). *Manejo de la Cadena de Abastecimiento y Logistica en un Modelo de Gestion del mMntenimiento.*

5. Anexos

Anexo 1 Entrevista Administrador Merca Éxito La 20

Figura 35

Anexo de entrevista MERCA ÉXITO LA 20

Fuente: Elaboración propia



Anexo 2 Ejecución de encuesta barrio el Centro en Puerto Así- Putumayo

Figura 36

Evidencia 1 encuesta

Fuente: Elaboración propia



Anexo 3 Ejecución de encuesta barrio el Centro en Puerto Así- Putumayo

Figura 37

Evidencia 2 encuesta

Fuente: *Elaboración propia*



Anexo 4 Ejecución de encuesta barrio La Floresta en Puerto Así- Putumayo

Figura 38

Evidencia 3 encuesta

Fuente: *Elaboración propia*



Anexo 5 Ejecución de encuesta barrio La Floresta en Puerto Así- Putumayo

Figura 39

Evidencia 4 encuesta

Fuente: *Elaboración propia*



Anexo 6 Ejecución de encuesta barrio Las Américas en Puerto Así- Putumayo

Figura 40

Evidencia 2 encuesta

Fuente: *Elaboración propia*



Anexo 7 Ejecución de encuesta barrio Las Américas en Puerto Así- Putumayo

Figura 41

Evidencia 2 encuesta

Fuente: *Elaboración propia*

