

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente las empresas luchan por sobrevivir en un mundo globalizado, en el cual las exigencias del mercado son cada vez mayores. Las empresas comercializadoras no son la excepción y se han tenido que adaptar a estos cambios vertiginosos. En cuanto a la industria mueblera se refiere, se ha tenido un gran desafío en estos últimos años, puesto que muchas empresas de diferentes partes del mundo han irrumpido mercados ajenos a ellos como el mexicano, provocando un auténtico canibalismo entre compañías del ramo. Las nuevas tendencias, los altos costos, las inapropiadas estrategias de marketing, el servicio al cliente, la ineficiencia en sistemas de proveedores e inadecuados canales de distribución son algunos de los problemas que enfrentan las empresas mexicanas comercializadoras de muebles.

La competencia dentro del mercado mueblero, día con día se ha ido incrementando en toda la República Mexicana y la región de Tehuacán, Puebla no es la excepción. La demanda de este servicio ha provocado que las empresas comercializadoras de muebles ubicadas en esta región luchen diariamente por estar a la par con las demás empresas del mismo sector. El seguir con el objetivo de llevar a cabo una competencia y no verse absorbidos por empresas de mayor tamaño, ha provocado una sana competencia en la cual se ven influidos factores como los precios, oferta, demanda, calidad de servicio, mejor atención al cliente, y un servicio más rápido, seguro y efectivo de entrega a domicilio.

La empresa referida a logrado sobrevivir a la competencia, ya que sin duda alguna, forma parte del grupo de empresas grandes y fuertes en esta región, y lo

han hecho con un enfoque de servicio al cliente. Preocupados por esto han detectado que el nivel de ventas que dicha organización tiene, es el suficiente como para que su sistema de reparto tenga un exceso de demanda y no se de abasto, a pesar de que se sabe que la organización tiene el mejor conocimiento sobre la distribución geográfica de esta región, es decir son los que mejor conocen el área de entregas.

Las ventas que la empresa genera, son suficientes como para que su sistema de reparto se encuentre en ocasiones un poco saturado y más en temporadas altas, como lo son los meses de diciembre y mayo. Además incurre en elevados costos que su flotilla de reparto genera al cumplir con su labor debido a que sus sistemas de reparto no han sido optimizados. Aunque la empresa cuenta con un sistema de reparto basado en día por punto de entrega siguiendo una ruta establecida, es decir cierto día de la semana se dirigen a comunidades que se encuentran dentro del mismo recorrido, se cree que este sistema que con el paso del tiempo ha funcionado bien, no es la manera más eficiente de reparto.

1.2 OBJETIVO GENERAL

El objetivo general del presente estudio fue optimizar la cadena de distribución en una empresa comercializadora de muebles, con el objetivo de tener una mejor planeación, manejo de mercancía y principalmente la reducción de costos mediante la propuesta de un sistema de distribución “Cross Docking” (almacén intermedio).

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proponer un sistema de control de unidades de reparto por medio de bitácoras de recorrido.

- Propuesta de un sistema “Cross Docking” (almacén intermedio) en base a costos para la optimización de recursos de la ruta norte.
- Propuesta de un sistema “Cross Docking” (almacén intermedio) en base a costos para la optimización de recursos de la ruta sur.

1.4 JUSTIFICACIÓN

Actualmente las empresas enfrentan grandes retos por subsistir dentro de un mercado competido, en el cual el objetivo primordial de minimizar costos se ha convertido en una constante, sin que esto perjudique la calidad que el consumidor demanda del producto o servicio.

Debido al crecimiento que la empresa ha tenido desde sus inicios hasta la actualidad, es necesario realizar cambios dentro de sus sistemas de administración. Los sistemas de distribución no son la excepción puesto que los costos de reparto son elevados debido a que los sistemas existentes no se han optimizado.

Por lo anterior es necesario llevar a cabo un análisis de la demanda para desarrollar un novedoso sistema de distribución que permita optimizar los recursos de la empresa y así ésta se vea beneficiada.

1.5 ALCANCES

- ✓ Se trataron aspectos logísticos.
- ✓ La investigación se hizo a través de visitas a la empresa “Mueblería Lezama de Tehuacán”.
- ✓ La información se obtuvo mediante entrevistas a personal de la empresa.

1.6 LIMITACIONES

- ✓ El estudio realizado fue sólo en una empresa mueblera.
- ✓ El estudio abarcó sólo la región de Tehuacán.
- ✓ El estudio sólo abarcó la cadena de distribución de la empresa.
- ✓ El acceso que se tuvo a la información financiera y confidencial de la empresa, fue parcial.
- ✓ En aquellos casos donde la información numérica no pueda ser exacta, se modificó ligeramente a los valores reales.
- ✓ No se incluyó en el estudio el análisis de todas las áreas funcionales de la empresa, únicamente se incluyeron las que de acuerdo con el análisis se detectaron como relevantes, como lo son: almacén y repartos.
- ✓ La implementación de los resultados queda a consideración de la empresa.

1.7 ORGANIZACIÓN DEL INFORME

La organización de la información y la planeación de la estructura de la tesis, estará estructurada en seis capítulos, los cuales se describen a continuación brevemente.

En el primer capítulo se ha comentado los antecedentes del tema de investigación y los objetivos que se pretenden lograr con esta investigación, se exponen también los alcances y limitaciones del estudio.

El segundo capítulo está constituido por el marco teórico, el cual es la revisión de una amplia literatura que fundamenta el estudio. Aquí se describen las bases, herramientas, conceptos y términos utilizados.

En el tercer capítulo se presenta la descripción de la empresa donde se realizó el estudio, el cual comprende la historia de la empresa y su situación actual en el mercado.

El cuarto capítulo señala la metodología sobre la cual se desarrolló el proceso de investigación. Se mencionan los pasos para la recolección de los datos, las herramientas utilizadas y los métodos que se utilizaron para la obtención de los resultados.

El quinto capítulo presenta los resultados obtenidos de la investigación, así como los problemas que presentan algunas áreas de la empresa y las propuestas para mejorar.

Finalmente en el sexto capítulo se expresan las conclusiones y recomendaciones a las cuales se llegaron después de desarrollar el proceso de investigación.