



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA  
FAREM-MATAGALPA

Seminario de Graduación  
Para optar al título de Licenciados en Mercadotecnia

**TEMA GENERAL:**

Mezcla de marketing en las empresas de Matagalpa en el II semestre del año 2019

**TEMA ESPECÍFICO:**

Sistema de distribución física en veterinaria La central, Matagalpa  
II semestre del año 2019

**Autor(a)s**

- Br. Alex Fernando Picado Sánchez
- Br. Paola Marcela Matute Calderón
- Br. Rosario Beatriz Jarquín Urbina

**Tutor:**

MSc. Yesenia Palacios Herrera

Matagalpa, enero del 2020.





UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA

UNAN - MANAGUA

FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA  
FAREM-MATAGALPA

Seminario de Graduación  
Para optar al título de Licenciados en Mercadotecnia

**TEMA GENERAL:**

Mezcla de marketing en las empresas de Matagalpa en el II semestre del año 2019

**TEMA ESPECÍFICO:**

Sistema de distribución física en veterinaria La central, Matagalpa  
II semestre del año 2019

**Autor(a)s**

- Br. Alex Fernando Picado Sánchez
- Br. Paola Marcela Matute Calderón
- Br. Rosario Beatriz Jarquín Urbina

**Tutor:**

MSc. Yesenia Palacios Herrera

Matagalpa, enero del 2020.

## INDICE

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	iii
VALORACIÓN DEL DOCENTE.....	iv
RESUMEN .....	v
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. JUSTIFICACIÓN .....	4
III. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	5
Objetivo General.....	5
Objetivos específicos .....	5
IV. DESARROLLO DEL SUBTEMA.....	6
4.1 Sistema de distribución física.....	6
4.1.1 Elementos del manejo de distribución.....	7
4.1.2 Sistema de distribución .....	7
4.1.3 Procesamiento de pedido.....	8
4.1.4 Pronóstico de demanda.....	11
4.1.5 Manejo de inventario .....	13
4.1.6 Costo de mantenimiento de inventario: .....	16
V. CONCLUSIONES .....	32
VI. BIBLIOGRAFIA .....	33
VII. ANEXOS .....	35

## TEMA GENERAL

Mezcla de marketing en las empresas de Matagalpa, segundo semestre del año 2019.

## TEMA ESPECÍFICO

Sistema de distribución física en veterinaria La central, Matagalpa, segundo semestre del año 2019.

## DEDICATORIA

El trabajo de investigación lo dedico de forma especial, con mucho amor, respeto y sinceridad, primeramente a Dios todo poderoso por la vida, fortaleza y bendiciones que hasta el día de hoy me sigue dando ha sido quien me ha mantenido de pie y que desde que tuve uso de razón he confiado y siempre he creído que Dios es bueno y su inmenso amor por nosotros no tiene comparación alguna y nos permitirá cumplir muchas metas más que nos propongamos.

A mi madre Isabel Sánchez Valverde y mis hermanos Picado Sánchez; de manera especial a mi hermano y amigo Melintón Rubén Picado Sánchez (Q.E.P.D.) aunque hoy no podamos vernos y estar juntos hago dedicación de este trabajo a él que desde que comencé este recorrido me ha apoyado de manera incondicional y sobre todo han creído en mí. Con sus consejos e inspiración han sido el motor de ánimo para ser un profesional. De esta manera hago memoria de la promesa que un día de niño hice, ser una persona de bien, formarme profesionalmente y ser el orgullo de mi madre y familia.

Y por último quiero dedicar este trabajo tan importante e inolvidable a mis compañeras de seminario y a mí mismo por jamás dejarnos vencer con la esperanza y anhelo de llegar hasta el día de hoy; entre esfuerzos, lágrimas y risas podemos decir “lo logramos”. Recordando que este es el final de una meta y el principio de muchas más.

Alex Fernando Picado Sánchez.

Dedico este proyecto a todos los maestros que se han tomado la ardua labor de transmitir sus conocimientos para lograr mis metas y sueños.

A Nuestra tutora Mrs. Yesenia Palacios Harrea quien dispuso de su tiempo para brindarnos asesoría técnica y sus conocimientos requeridos logrando impulsar el desarrollo de nuestra Formación para poder culminar con éxito el trabajo de seminario de grado

Beatriz Jarquín Urbina

El presente trabajo investigativo lo dedico primeramente a Dios por permitirme llegar al momento en donde estoy, por siempre darme fuerzas, sabiduría y confianza en mí misma para salir adelante de todos los problemas y adversidades que se me han presentado mediante el transcurso del cumplimiento de esta meta.

A mis padres por siempre estar a mi lado desde pequeña, creyendo en mí siempre, por darme el valor para ser la persona que soy hoy y no darme por vencido, a mis compañeros y amigos Alex y Beatriz por recorrer este camino juntos, por arriesgarnos siempre por lo mejor y por darme la confianza cuando la necesitaba.

Finalmente quiero dedicar este trabajo con gran cariño y amor a mi esposo Norvin Lúquez que desde antes de iniciar con esta meta creíste en mí, por siempre esforzarte y dar todo a tu alcance por verme cumplir todas mis metas, por darme esa palabra de ánimo en los momentos que más lo necesitaba quiero dedicarle este trabajo con mucho anhelo y orgullo de poder seguir superándonos juntos.

Paola Marcela Matute Calderón.

## AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente al todo poderoso por la oportunidad de darme la vida y porque me permitió formarme como un profesional; también por sostenerme en los momentos más difícil y verme ver la vida de una persecución diferente. A mi madre y hermanos por siempre confiar, apoyarme y creer en mí. De esta manera también agradezco a todos los docentes que han apoyado en esta ardua labor de formación enseñándome valores éticos y el conocimiento requerido para ser un licenciado; de igual manera agradezco a mis compañeros de clases por el apoyo mutuo que hemos recibido desde que comenzamos esta meta.

Alex Fernando Picado Sánchez.

Agradezco primeramente a Dios por darme serenidad y paciencia, en la redacción de este proyecto y fe de las adversidades que son parte del camino al éxito, mantener siempre la postura de que una caída indica la oportunidad de volver a levantarse y así concretar los objetivos en la vida, porque he sabido que cada error deriva una experiencia. También agradezco a la empresa La central por permitirnos realizar este trabajo de investigación.

Beatriz Jarquín Urbina.

Quiero expresar mi gratitud a Dios quien con su bendición llena siempre mi vida. Agradezco de igual manera a mi familia por inculcarme siempre los valores para llegar hacer la persona que hoy soy. A mis docentes por brindarnos el conocimiento en todos estos años. Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a mi esposo Norvin que desde antes de empezar esta meta creyó en mí y dio todo por verme en donde estoy, a cada uno de ellos muchas gracias.

Paola Marcela Matute Calderón.

## VALORACIÓN DEL DOCENTE



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA,  
MANAGUA  
UNAN - MANAGUA

### **FACULTAD REGIONAL MULTIDISCIPLINARIA, MATAGALPA**

#### **FAREM – MATAGALPA**

El suscrito Tutor, por este medio hacen constar que el trabajo de investigación, presentado por los Bachilleres Alex Fernando Picado Sánchez; carnet 14064009, Paola Marcela Matute Calderón; carnet 15062612. Rosario Beatriz Jarquín Urbina; carnet 15064009 con el tema de investigación "Sistema de distribución física en Veterinaria La Central, Matagalpa segundo semestre del 2019". El cual se encuentra apegado a lo dispuesto en la normativa y reglamento correspondiente.

A mi criterio, el trabajo investigativo, fue desarrollado adecuadamente y cumple con los requisitos establecidos para ser defendido ante un tribunal examinador, para optar a su título de Licenciados en Mercadotecnia.

Se extiende la presente a los Veintitrés días del mes de Noviembre del año dos mil diecinueve.

Tutor

MSc. Yesenia del Socorro Palacios Herrera

## RESUMEN

En el presente seminario de investigación se abordó la mezcla de marketing en las empresas de Matagalpa en el segundo semestre del 2019. Teniendo un énfasis en el sistema de distribución física en veterinaria La central en Matagalpa, segundo semestre del 2019.

En este trabajo tiene como propósito analizar el sistema de distribución utilizado por veterinaria La Central; a la misma vez identificar los elementos del manejo de la distribución física, determinar la eficiencia en el procesamiento de pedido y describir la variedad de productos ofertados en Veterinaria La Central.

La principal finalidad de la distribución es garantizar que los productos disponibles se entreguen en forma rápida y eficaz, ya que la adecuada distribución puede ser un medidor entre el éxito y el fracaso en los negocios. En esta etapa se pueden realizar los ahorros más importantes debido a que el intercambio se facilita por medios de las actividades que ayude a almacenar, transportar, manipular y procesar pedidos de productos.

Mediante instrumentos aplicados se puede concluir que veterinaria La Central cuenta con una excelente distribución física de los productos, que hace posible brindar una mejor atención al cliente; tiene eficiencia en el procesamiento de pedidos, apoyados mediante sistemas computarizados donde llevan el manejo y control del inventario y poder hacer mejores proyecciones de pedidos moderados a los proveedores, de esta manera poder dar respuesta a la demanda matagalpense.

Aunque la empresa La Central se encuentra con una buena imagen en la mente de los consumidores es necesario mejorar algunos puntos de acuerdo a la exhibición y rotulación de los productos.

## I. INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se aborda la mezcla de marketing en las empresas de Matagalpa enfocándose en el sistema de distribución física en veterinaria La central para el segundo semestre del 2019.

El sistema de distribución física son los medios por los cuales le entrega el producto al cliente final. No se debe confundir las decisiones sobre los canales de distribución y las de distribución física. Las primeras tienen relación con los intermedios comerciales que se utilizan. La segunda está relacionada con las actividades de control y administración de inventarios, envasado, almacenamiento en lugar de producción, transporte, almacenamiento de lugar de envío y entrega del producto al cliente final. Un buen sistema de distribución física permite reducir inventarios, disminuir los costos, aumentar las ventas y satisfacer plenamente a los clientes.

En la actualidad la medicina veterinaria también se ocupa de las inspecciones y del control sanitario de los alimentos animales, como la supervisión de la fabricación y puesta en circulación de los productos alimenticios de origen animal. Esta se considera una profesión que a pesar de que en el mundo actual es tendencia y de alta necesidad, también es cierto que es una actividad que inicia desde el primer momento en que los humanos se relacionan con los animales.

Por consecuente el sistema de distribución física de la veterinaria La central y los elementos utilizados en la misma determinan su posición ante la competencia y en el mercado.

La principal finalidad de la distribución es garantizar que los productos disponibles se entreguen en forma rápida y eficaz, ya que la adecuada distribución puede ser un medidor entre el éxito y el fracaso en los negocios. En esta etapa se pueden realizar los ahorros más importantes debido a que el intercambio se facilita por medios de las actividades que ayude a almacenar, transportar, manipular y procesar pedidos de productos.

En base a lo anterior mencionado se identifica los elementos a utilizar para la debida distribución y control del producto ofrecido por dicha veterinaria que le permita garantizar el servicio de calidad y de preferencia para los clientes cuando de prestar este servicio se trata.

Por esta razón se realiza la investigación para así mostrar buena coordinación y control que se lleva a cabo en la veterinaria y los elementos utilizados para el logro de sus objetivos y metas considerándose una competencia en el mercado.

Hoy en día se observa la importancia de iniciar una investigación que permita analizar el sistema de distribución en veterinaria La central, es necesario implementar y observar los elementos necesarios para tener un adecuado control de cada una de las actividades de la distribución física del producto; tales como procesamiento de pedidos, pronóstico de pedido, manejo de inventarios y cantidades de pedidos para el abastecimiento del almacén. A la vez mediante estudios se pueden implementar nuevos métodos de distribución, que les permita tener un manejo optimo y eficaz, observando las ventajas que le podrían beneficiar. Por tal razón se plantea la siguiente interrogante:

¿De qué forma puede mejorar el funcionamiento en el área de distribución para un cumplimiento oportuno del manejo y control de inventarios en veterinaria La central?

Para el desarrollo de la investigación se indagaron ciertos antecedentes relacionados con canales de distribución y los sistemas empleados, considerados desde lo general a lo específico; tales como:

Diseño del proceso de sistema de distribución de la compañía industrial química: La granja LTDA en Bogotá (Cuadros Delgado, 2017); Práctica realizada en planta dedicada a la distribución y producción de alimentos para animales del grupo agroindustrial en Alejuela, Costa Rica (Menjivar Miranda, 2012); Investigación con temas del plan de marketing de veterinaria San Antonio en Managua (Navas

Ballesteros, 2011); como tema Ventas y subtema logística y cadena de abastecimiento en Managua (Reyes y Rodríguez, 2017).

Propuesta del sistema logística de distribución para las regionales centro, Santander y eje cafetalero de una empresa de consumo masivo, (Pérez y Rodríguez, 2011) Universidad ICESI, facultad de Ingeniería, Maestría en ingeniería industrial con énfasis en logística y cadenas de abastecimiento, Santiago de Cali.

Tema Mezcla de Marketing, subtema formas de comercialización o estrategias de distribución que implementan las empresas como medio de transferencia hacia el consumidor final a través del comercio a detalle y el comercio al por mayor, mediante una investigación documental, (Aragón y Peña, 2017) UNAN Managua.

Plan de marketing para la introducción de “castillo café” a Managua, María José Castillo Barberena, Universidad Centroamericana Agosto 2011.

La importancia de los antecedentes recae en que sirven para guía en orientar el objeto del estudio, evitando errores cometidos previamente. También amplía el horizonte de los investigadores y da un marco de referencia para interpretar los resultados del estudio.

También fue necesario la construcción de un diseño metodológico (Ver anexo 6) para el cumplimiento de los objetivos propuestos en la investigación determinando un estudio aplicado de carácter descriptivo, teniendo un diseño no experimental, con un enfoque cualitativo y algunos aspectos cuantitativos; también se determina según el corte de tiempo es transversal con un muestreo no probabilístico y por conveniencia.

Se aplicarán como instrumentos: diferencial semántico (Ver anexo 2), mapa perceptual (Anexo 3), entrevista (Anexo 4), guía de observación (Anexo 5).

## II. JUSTIFICACIÓN

En la presente investigación se tiene como propósito el análisis del sistema de distribución física empleado en veterinaria La central para el segundo semestre 2019 para conocer los sistemas empleados y su efectividad; tomando como referencia los elementos, manejo y control de la distribución física y procesamiento de pedidos.

Esto con el propósito de conocer los sistemas que se emplean y los cuales le permiten tener una mayor cobertura y efectividad en sus ventas; al igual un manejo de inventarios para el cumplimiento y alcance de sus metas y objetivos organizacionales. En la ciudad de Matagalpa existe un mercado competitivo en lo que a la medicina veterinaria se refiere lo cual incrementa la competitividad de las ventas y el servicio, lo que incurre en un manejo adecuado y un control de los productos y servicios ofrecidos para el buen funcionamiento.

Al realizar el estudio correspondiente se podrán identificar los elementos del manejo de distribución en veterinaria La Central y explicar el control de inventarios de la misma. Logrando así un desarrollo adecuado que le permite ver sus metas a futuro.

El estudio vendrá a beneficiar a la empresa puesto que permitirá una visión más amplia sobre sus sistemas utilizados, si estos son eficaces o determinan cambios o mejoras. También será de beneficio a los empleados, ya que un manejo más claro de sus productos les permitirá brindar un servicio de calidad a los clientes, también beneficiara a los consumidores, ya que podrán encontrar lo que solicitan en tiempo y forma ampliando así su cartera de clientes.

De la misma manera los resultados obtenidos de la investigación servirán para fines académicos en la universidad a docentes y estudiantes como medios de consultas. Al investigador en el fortalecimiento de los conocimientos adquiridos mediante la trayectoria de estudio, facilitara información a la empresa para la toma de decisiones.

### III. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### Objetivo General

Analizar el sistema de distribución física en veterinaria La central, segundo semestre del 2019.

#### Objetivos específicos

1. Identificar los elementos del manejo de distribución física en veterinaria La Central.
2. Determinar la eficiencia en el procesamiento de pedidos utilizados en veterinaria La central.
3. Describir la variedad de productos ofertados en veterinaria La central.

#### IV. DESARROLLO DEL SUBTEMA

En esta ciudad se encuentra veterinaria La Central, el cual está ubicado en calle central, parque Darío 1 cuadra y 75 varas al norte, este centro comercial fue fundado en el año 1994, por el señor Olmedo Cerda V. y su esposa Ethel Cruz, los cuales iniciaron con un pequeño negocio y contaban únicamente con 1 trabajador que atendía medio tiempo y en conjunto con su esposa atendían los casos de medicina y consulta animal.

En su comienzo su nombre comercial era Veterinaria Magali, fue hasta en enero del año 2018 que su nombre cambió a Veterinaria La Central.

##### 4.1 Sistema de distribución física

“Es el conjunto de actividades que permiten el traslado de productos o servicios desde su estado final de producción al de adquisición y consumo” (Velázquez Velázquez , 2012, pág. 14).

Para Velázquez el sistema de distribución son las actividades durante su vida de consumo, desde que es producto terminado hasta la venta final o en la mayoría de los casos el consumo por el cliente final.

“La distribución física o logística engloba el conjunto de actividades que se ocupan del manejo y el movimiento de bienes tanto dentro de la organización como en el seno de los canales” (Diego Monferrer, 2013, pág. 145).

El sistema de distribución física según cita el autor es el conjunto de actividades que se encarga de la ejecución eficiente de los inventarios desde su adquisición hasta su destino final.

Todo producto pasa por una etapa desde su desde su creación hasta su uso, a esto se le conoce como sistema de distribución física el cual engloba desde el momento en que el producto es fabricado y los canales por los que pasan hasta llegar al consumidor fina, en el transcurso éste se encuentra con el proveedor el cual almacena, resguarda y cataloga cada uno para poder llegar al consumidor. Es

de vital importancia que toda empresa pueda contar con un excelente sistema distribución por que hace posible la adecuada rotación de la mercancía, el poder seleccionar el mejor método de distribución si se habla desde el punto de vista de la venta final, la adecuada distribución aporta en las ventas, ya que un producto en exhibición tendrá mayor movilidad en venta que uno almacenado.

#### 4.1.1 Elementos del manejo de distribución

“La distribución física es la parte que se encarga de administrar los flujos de productos tangibles con fines productivos e incluye todos los procesos de manejo de productos desde la obtención de materias primas hasta la entrega del producto final” (Jauregui, 2001).

En la cita anterior según el autor elementos de la distribución son aquellos elementos que tienen como tarea hacer llegar el producto o servicio desde su concepción hasta su uso o usuario final.

Para la producción de un bien se requiere un conjunto de elementos tangibles que permitirá su producción, luego se ejecuta cada paso mediante un control que permitirá su adecuada utilidad. Los distribuidores luego reciben el producto el cual continúa con el proceso de almacenaje hasta que éste es solicitado por el consumidor final.

#### Los elementos de distribución

#### 4.1.2 Sistema de distribución

“El sistema de gestión logística se encarga de abastecer oportunamente a la empresa, mientras gestiona la rotación eficiente de los inventarios en el almacén, coordinando al tiempo, las tareas del sistema de operaciones o producción del producto o servicio y la manera como se distribuye y se dispone en el punto de venta, gestionando, además, la satisfacción y el servicio al cliente” (Mydin et al., 2014).

Referente a la cita anterior se puede decir que el autor define el sistema de distribución como una herramienta fundamental en la satisfacción y atención al cliente, dado que se encarga del buen abastecimiento de productos en la empresa y mediante esta buena distribución se logra un eficiente manejo y rotación de inventario que al final se refleja en una excelente atención al consumidor. En las empresas los sistemas de distribución se consideran de gran importancia puesto que de esto depende el buen almacenamiento de inventario.

Toda empresa cuenta con un sistema de distribución que le permite mantener el control de sus inventarios, esto a su vez lleva un proceso de control y seguimiento de los productos más demandados. El sistema de distribución permite al empleador garantizar un eficiente manejo de sus productos brindándole posicionamiento en el mercado y preferencias ante los consumidores.

#### 4.1.3 Procesamiento de pedido

“Es la función que se encarga de recoger, comprobar y transmitir las órdenes de compra. Debe tratar de minimizar el ciclo pedido-envió-factura. De hecho esta es la razón por la que en los últimos años ha tenido a mecanizarse a través de ciertos soportes informáticos” (Monferrer , 2013, pág. 146).

Se puede inferenciar que el procesar pedidos es una función encargada de varios elementos de supervisión de las órdenes de compra o pedidos. Este proceso debe de maximizar la oportunidad de brindar un buen ciclo de venta y compra, por ende en la actualidad las empresas se han ido adaptando a los sistemas computarizados para minimizar los procesos de facturación y verificación.

“La importancia de la preparación de los pedidos y su distribución posterior es debida, en gran parte, a la necesidad de los propios clientes, ya que estas actividades no dejan de ser fruto de la cumplimentación de órdenes de pedido por parte del consumidor. En esta relación mercantil existen dos tipos de elementos. Por un lado el proveedor, como ofertante de la mercancía, productos y servicios a su cargo, y por otro el cliente, como comprador y receptor de los mismos bajo un precio anteriormente concertado” (Álvaro, 2012, Pág. 8).

La elaboración de pedidos está comprendida en dos partes una desde el punto de vista cliente empresarial a proveedor, es cuando el propietario o responsable de la empresa realiza pedidos para su previa venta; muchas veces se confunden los conceptos entre intención de compra y compras. Por otro lado el procesamiento de pedido se puede ver desde el punto de vista de empresa cliente, en este caso es una venta realizada al consumidor casi siempre final.

El procesamiento de pedido se puede ejecutar de distintas maneras de acuerdo a cómo más le garantice seguridad y control al empleador, además de brindarle satisfacción al consumidor. El procesamiento de pedido en la mayoría de los casos requiere conjunto de datos que luego serán procesados para su debido seguimiento estos datos pueden ser nombre del cliente o proveedor, producto solicitado, cantidad, destinos y precios. El procesamiento de pedido es una fase dentro del proceso de control de inventario. Al tener un buen proceso de pedido existirá una mayor satisfacción en la atención al cliente, por lo cual puede lograr convertirse en excelencia y preferencia ya sea para proveedor o cliente. En la empresa en cuestión se utiliza un procesamiento donde el cliente solicita lo que requiere y en seguida su pedido es procesado y despachado; un excelente procesamiento puede marcar la diferencia entre las veterinarias de Matagalpa.

#### 4.1.3.1 Preparación de pedido

“El concepto de picking o preparación de pedidos es un término anglosajón muy utilizado en el sector de la logística y el almacenaje, cuando queremos hacer referencia al fraccionamiento de las unidades de carga, siempre que tengamos como objetivo la distribución de piezas más pequeñas a otras naves, centros de producción, almacenes e incluso al cliente final” (Vega, 2017).

Según Vega la preparación de pedido es donde se organiza cada parte del pedido para su respectivo movimiento este ya sea el almacenaje o la puesta a disposición del encargado en sí.

Este paso continúa luego del procesamiento de pedido, es la segunda fase aquí se comienza a tramitar la orden solicitada ya sea para su almacenaje en caso

de ser un pedido para la venta o para su distribución final, en caso de ser al consumidor en veterinaria La central, éste se ejecuta realizando la facturación, el empaque para la entrega, confirmación del adecuado producto solicitado y la entrega final esto le permite al empleado tener un contacto directo con el cliente. En dependencia a la buena preparación de pedido se puede determinar si el cliente está o no satisfecho y es un parámetro determinante en la decisión de compra, tanto en La central como en las demás empresas.

#### 4.1.3.2 Transmisión de pedidos

“Como lo indica el nombre de este proceso, consiste en transmitir el pedido una vez que se haya procesado. Desde el origen que puede ser un deposito, sección de compras, local de ventas hasta su destino” (Videla, 2015).

En la cita anterior se puede determinar a la transmisión del pedido como el siguiente paso en la distribución de pedido este se encarga de hacer llegar el pedido ya ejecutado por completo hacia su destino es el momento de su traslado.

La transmisión de pedidos se puede decir que ocurre de la mano a la preparación de pedido ellos hacen que el producto llegue a su destino y proporciona el contacto entre proveedor y el consumidor, en la empresa se transmite en pedido de manera directa entre el encargado de la veterinaria y el cliente.

#### 4.1.3.3 Entrada y salida de pedidos

“La entrada de pedido se refiere a muchas tareas que tienen lugar antes de efectuar el levantamiento real del pedido. Estas incluyen: 1) comprobación de la precisión de la información de pedido, como descripción del artículo y número, cantidad y precio; 2) comprobación de la disponibilidad de los artículos solicitados; 3) preparación de la documentación de ordenes atrasados o de cancelaciones, si fuera necesario 4) comprobación del estado de crédito de los clientes; 5) transcripción de la información del pedido según sea necesario, y 6) facturación” (Ballou, 2004, pág. 133).

En la cita anterior se determina a la entrada de pedidos como el proceso de anticipado a ejecutar el pedido este incluye un proceso de confirmación y control de lo solicitado, así como todo el informe necesario por parte de las dos partes a concretar para posteriormente solicitar lo requerido.

Al momento de la adquisición de un determinado producto se ejecuta dos fases reglamentarias, toda empresa cuenta con un sistema distinto para proveerse de sus productos; sin embargo siempre cuentan con un sistema de entrada y salida de productos, cada uno cuenta con un sistema que permite el control y seguimiento de los mismos, la entrada de un pedido requiere de ciertos datos como pueden ser nombre del proveedor, tiempo transcurrido en el mercado, código de pedido, cantidad de pedido, revisión de pedido y cancelación monetaria de acuerdo a la manera constatada anteriormente entre proveedor y cliente, la salida de pedido consta con otros procedimientos para poder entregarse adecuadamente estos pueden ser registro de producto solicitado, confirmación de existencia de productos, cantidad solicitada y registro de salida de producto. También se dice que existe en todas las empresas métodos para controlar la entrada y salida de productos; el más común es primera entrada primera salida.

Con este método se evitan costes adicionales a la empresa o en caso peor deterioro, vencimiento o envejecimiento de la mercancía, esto no es conveniente para ninguna empresa porque considerado como gasto o perdida. En veterinaria la central se utiliza el sistema de primera entra primera salida (PEPS), evitando cualquier avería o daño en el producto y de esta manera se disminuye el riesgo de pérdida.

#### 4.1.4 Pronóstico de demanda

“Las necesidades del siguiente miembro del canal pueden determinarse presentando un pedido de productos. El desplazamiento del producto en cada miembro del canal depende de lo bien que esté procesada la orden en cada punto de su trayectoria. Por lo general, los procedimientos de oficina rutinarios requieren mucho tiempo y se corre el riesgo de que se presenten errores. En este sistema el

flujo de información incorrecto o poco eficiente puede trastornar el paso ordenado de los productos a los consumidores” (Fisher & Espejos, Mercadotecnia , 2017, pág. 174).

Es importante identificar el escenario al cual corresponde cada organización, para posteriormente tomar como base la información histórica, del punto de venta y las distintas técnicas de inventario y llevando un orden para generar cada pronóstico de pedido.

Cada empresa debe contemplar proyecciones de demanda para la elaboración de pedido, es de mucha importancia contar con proyecciones futuras basadas en datos históricos de la empresa y metas a cumplir. Los negocios crean proyecciones de cuantos artículos se deberían de vender de acuerdo al entorno socio económico. En la empresa veterinaria La Central se proyecta demanda mediante la experiencia de ventas que han tenido en años anteriores lo cual les ha funcionado hasta este momento.

#### 4.1.4.1 Demanda real

“Es la cantidad de uno o varios productos que los consumidores pueden y desean adquirir. Esto, a un precio dado en un momento específico” (Westreicher, 2019).

Según la cita anterior la demanda determina el aquí y el ahora, cuando el cliente se encuentra dentro del punto de venta y realiza su compra. En otras palabras, la demanda efectiva es aquella que llega a materializarse. Así, el ofertante puede fabricar las cantidades de unidades requeridas por el comprador. .

La demanda real es la cantidad de producto que más es solicitado por el consumidor y por el cual se debe mantener en estándares altos de producción esto se puede determinar por la empresa; La Central lo hace mediante el adecuado control de sus inventarios.

#### 4.1.4.2 Demanda proyectada

“Es un elemento importante debido a que se constituye en el factor crítico que permite determinar la viabilidad y el tamaño del Proyecto, una vez que se ha definido el horizonte de proyección así como los escenarios del mismo se debe realizar una proyección de la demanda, en base al crecimiento supuesto y obtenido de los datos adquirido” (Torreglosa, polo, & verbel, 2014).

La demanda proyectada es la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los diferentes precios del mercado por un consumidor, también podemos decir que la demanda proyectada es lo que esperamos vender.

La demanda proyectada es aquella que se basa en el historial de ventas lo cual permite determinar el producto más solicitado y así plantearse una cantidad estimada en ventas para su próxima producción, esto depende de varios factores que deben ser determinados y seguidos por La Central, por ejemplo los cambios en la economía, los cambios socioculturales y la cultura de venta ocurrida en los últimos años en el mercado. Su importancia recae en la reducción de costos en producción, se debe de producir lo proyectado a vender.

#### 4.1.5 Manejo de inventario

“Un sistema de inventario es una estructura que sirve para controlar el nivel de existencia y para determinar cuánto hay que pedir de cada elemento y cuándo hay que hacerlo” (Guerrero, S. H., 2009, Pág. 100).

Es el que permite la viabilidad del negocio, suministrando información para tomar decisiones, además juega un papel muy importante para la mercadotecnia puesto que este es esencial para garantizar los niveles de ventas deseados.

El manejo de inventario es clave en cada una de empresas le permite llevar el control de sus ventas y la rentabilidad de cada producto así poder contar siempre con los productos más demandados por los consumidores y mantenerse dentro del mercado. En caso de veterinaria La Central se maneja un control por sistema

computarizado, seguido de conciliación mediante inventario físico elaborado en cada cierre de mes.

#### 4.1.5.1 Cantidad de pedido

“La decisión que se tome a este respecto influye de manera directa en la frecuencia con que debe pedirse el producto. Cuanto más se pida, menos frecuentemente deberán hacerse los pedidos necesarios. Tanto la solicitud de pedido como los grandes inventarios traen consigo un costo. El equilibrio entre estos dos factores constituye una decisión sobre la cantidad que debe pedirse” (Fisher & Espejos, Mercadotecnia , 2017, pág. 174).

En esto se debe tener en cuenta el costo de mantener existencias en bodegas y sobre todo no incrementar esos costos innecesariamente, pues cuando pedimos en exceso, estamos llenando innecesariamente el almacén con cantidades de productos de más a lo que se va consumir en cierto período, por lo tanto se debe pedir solamente lo necesario para utilizar en las ventas o en la producción.

“En los negocios existe una realidad reconocida por muchos, pero desafortunadamente racionalizada e implementada por pocos: quien compra bien, vende o produce bien. Tener una buena política de compras, le permite un manejo fluido a la empresa y disminuye sus costos, lo que obviamente mejorará su rentabilidad. Debido a lo anterior es necesario estudiar los inventarios desde el momento en que se proyecta la compra; es decir, involucrarlos en los procesos de planeación de la compañía y en su contrapartida obligatoria, el control” (Amaya, A. J., 2009, Pág. 102).

Los costos por mantener inventario son inevitables, pero hay que minimizarlos y no excederse con ellos. Desde que realizamos pedidos es necesario la valoración de los inventarios; pues nos sirven para partir en nuestras proyecciones, no se debe tener en existencia más de lo programado en ventas, al final solo genera la elevación de los costos para la empresa.

La cantidad de pedido es todo aquel control que debe llevarse de un producto para determinar cuál es el más solicitado en el mercado y así pedir una cantidad estimada en las ventas esperadas realizando así un pedido directo evitándose complicaciones por demanda y falta de producto en La Central se realiza mediante el estudio por temporada y por producto demandado, por ejemplo que cantidad de desparasitantes deben de solicitar para dar abasto a la demanda, se hace mediante la experiencia. El evaluar un adecuado pedido hace posible la aceptación y posicionamiento en la mente del consumidor, es el propósito de toda empresa.

#### 4.1.5.2 Costo de inventario

“Los costes de inventario son los costes relacionados con el almacenamiento y el mantenimiento del inventario durante un determinado período de tiempo. Generalmente, los costes de inventario se describen como un porcentaje del valor de inventario (inventario promedio anual; es decir, para un minorista, el promedio de bienes comprados a sus proveedores durante un año) en base anualizada” (Vermorel, 2013).

Los costos de inventario dependen de la cantidad de existencias que se ordenan y se mantienen en stock. Conocer estos costos y gestionar los mismos es clave para evitar ineficiencias. Los costos de inventario corresponden a todos los costos generados por el ordenamiento y almacenamiento de la mercancía.

Los costos de inventarios son aquellos que ocurren al no poseer un establecimiento propio y se necesita de un espacio para mantener los productos esto hasta el momento de su distribución cuanto más productos se disponga más alto será el costo por su almacenamiento. Lo más adecuado es que cada negocio posea local propio como lo hace La Central, para reducir los costos en el inventario, se tiene que buscar el método más viable para poder reducir lo más posible los costos.

#### 4.1.6 Costo de mantenimiento de inventario:

“Todo material almacenado genera determinados costos, a los cuales se denomina costos de existencias; los costos de existencias dependen de dos variables; la cantidad en existencias y tiempo de permanencia en existencias. Cuanto mayor es la cantidad y el tiempo de permanencia, tantos mayores serán los costos de existencias” (Torres, 2017).

Según la cita anterior los costos de inventario son los costos relacionados con el almacenamiento y el mantenimiento del inventario durante un determinado período de tiempo. Generalmente, los costos de inventario se describen como un porcentaje del valor de inventario (inventario promedio anual; es decir, para un minorista, el promedio de bienes comprados a sus proveedores durante un año) en base anualizada.

El costo de mantenimiento de inventario depende de dos variables la primera del tiempo que pase el producto almacenado y la otra de las condiciones en las que estos deben conservarse mientras menos tiempo transcurre un producto en el almacén menos gastos y riesgos correrán de que éste se desvalúe y genera un gasto innecesario así como las condiciones en las que se encuentre y éste pueda perder su valor, un adecuado manejo de inventario permite mantener un bajo costo por mantenimiento del mismo.

El mantener mucho tiempo los productos en almacén también genera gasto dado que para su compra se requiere capital, y este dinero puede ser invertido en productos más demandados por la población y así la empresa obtiene mejores ingresos de ganancias y el producto no eleva su costo. Veterinaria la Central prefiere realizar sus compras y abastecer de inventario con los productos más demandados por la población.

##### 4.1.6.1 Gastos por espacio y almacenamiento:

“El almacenamiento es necesario en todos los niveles del canal, con tal de equilibrar el ciclo de producción con el ciclo de consumo tanto en cantidades como en tiempo” (Diego Monferrer, 2013, pág. 146).

Son los gastos necesarios para el almacenamiento de los productos en espera a su distribución o uso.

“Los productos, dadas sus características, podrían necesitar condiciones especiales para su almacenamiento, como calefacción o alumbrado; en tal caso, los costos de espacio se verán encarecidos por esos gastos” (Fisher & Espejo, Mercadotecnia., 2011, pág. 175).

De acuerdo a Fisher y Espejo los gastos por espacio y almacenamiento son los tipos de gastos adicionales que se realizan al momento de garantizar y preservar productos a la espera de su venta final.

Los gastos por espacio y almacenamiento son aquellos que se generan desde el momento en que se adquiere un producto y se almacena. Este es un gasto el cual debe ser cubierto por el mismo producto de acuerdo a la demanda que o sea mientras el producto se ha demandado menos gastos generará. Veterinaria La Central cuenta con almacén propio lo cual reduce el gasto de almacenamiento; mediante entrevista realizada al propietario se puede corroborar esta información donde el propietario expresa que cuenta con local propio, esto reduce sus costos.

## Diferencial semántico

El diferencial semántico es un instrumento de evaluación psicológica, que tiene como principal interés estudiar la estructura del significado; teniendo tres dimensiones: evaluación, potencia y actividad. La técnica se desarrolla poniendo una lista de adjetivos al sujeto, que él ha de relacionar con los conceptos propuestos.

∞ Veterinaria La Central

\* Veterinaria La Favorita

	7	6	5	4	3	2	1	
Productos accesibles en precio.	∞		*					Productos no accesibles en precio.
El catálogo de productos se encuentra siempre.		∞		*				El catálogo de productos no se encuentra siempre.
Productos a la vista.		∞	*					Los productos no se ven.
Procesamiento de pedidos con rapidez.	∞			*				Procesamiento de pedidos lentos.
La ubicación de productos es adecuada.	∞		*					La ubicación de productos no es la adecuada.
Existen productos que compra más que otros.		∞		*				No existen productos que compra más que otros.

Las condiciones de almacenamiento son adecuadas		∞	*					Las condiciones de almacenamiento no son adecuadas
La atención al cliente es influenciada en la compra.								La atención al cliente no influye en la compra.
Existe variedad de productos.	∞		*					No existe variedad de productos.

∞ Veterinaria La Central

\* Veterinaria La Favorita

$$\frac{7+6+6+7+7+6+6+6+7}{9} = \frac{58}{9} = 6.44 \quad \text{Veterinaria La Central.}$$

Valor de Imagen > 3.5 = Imagen Positiva.

$$\frac{5+4+5+4+5+4+5+4+5}{9} = \frac{41}{9} = 4.56 \quad \text{Veterinaria Mi Favorita.}$$

Al comparar la imagen de veterinaria La Central con su principal competencia veterinaria Mi Favorita ya que es un rival que tiene casi la misma trayectoria en el mercado y en comparación a variedad de productos ofrecen iguales. Se obtuvo que ambas empresas tienen una buena imagen y aceptación en la mente de la población matagalpense; teniendo veterinaria La Central un 6.44% de cara a la competencia directa. Aunque ambas cuentan con una imagen positiva Veterinaria Mi Favorita está próximo a bajar a mala imagen de parte de los clientes.

Entre los aspectos positivos que tiene La central frente a Mi Favorita están los siguientes:

Precios accesibles / Precios no accesibles.

- La Central cuenta con precios muy accesibles según población matagalpense, lo cual hace que este negocio sea reconocido y recomendado por cuestiones de económicos, aunque en el mercado actual hay mucha oferta de veterinarias, esta empresa ha tratado de mantener precios atractivos o iguales a la competencia.
- Veterinaria Mi Favorita al comparar se obtuvo un promedio de 5, este dato refleja accesibilidad en los precios sin embargo está por debajo de Veterinaria La Central. Punto débil para poder fortalecer es la accesibilidad en los precios de los productos.

Catálogo de productos / No se encuentra catálogo de producto.

- El catálogo de productos siempre se encuentra visible y accesible a los clientes para descartar cualquier duda de acuerdo a productos y variedad, aunque se encuentra en un rango aceptado de 6 debería de mejorar hasta llegar a la excelencia para mantener siempre la imagen positiva que hasta ahora tiene.
- Con respecto a la comparación con la competencia Mi Favorita se encuentra en un rango medio; es un punto realmente neutro que debería de mejorar para poder elevar la buena imagen que tiene hasta ahora y no caer al desprestigio.

Productos a la vista / Productos no visibles.



- La Central trata de mantener siempre visibles los productos para poder venderlos, como se observa en la imagen y así obtener una mayor demanda, presenta vitrinas en exhibición de productos y de fácil acceso para facilitar el proceso de despacho de pedidos.

*Foto 1. Visualización de productos en veterinaria La Centra.  
Fuente: Veterinaria La Central.*

- Veterinaria Mi Favorita se encuentra en un rango que mantiene la buena imagen de la empresa sin embargo según población de Matagalpa no todos los productos se pueden apreciar debido al mal almacenamiento y exhibición de los productos.

Procesamiento de pedido con rapidez / proceso de pedido lento.



- El pedido es procesado con rapidez lo cual hace una experiencia mejorada en la compra del cliente, en la imagen se refleja como el vendedor procesa el pedido al cliente; en comparación a su competencia es la variable que mayor porcentaje de diferencia tiene. Esto es una señal en que su diferenciación es la atención y procesamiento de pedido, esto quiere decir que es un punto que jamás debe de descuidarse, la mayoría de los clientes prefieren veterinaria La Central por eficiencia en atención y esmero al cliente.

*Foto 2. Procesamiento de pedido en La Central  
Fuente: Veterinaria La Central.*

- En cambio veterinaria Mi Favorita se encuentra en un punto medio, donde debe de mejorar; ya que sus clientes esperan mucho más del tiempo requerido para ser atendidos y no existe conformidad con el tiempo de espera; tiene que tomar muchas medidas de precaución para evitar la insatisfacción de los clientes.

Ubicación de productos adecuada / Ubicación de productos no adecuada.

- En veterinaria La Central se considera que tiene adecuadamente la ubicación de los productos, los cuales son de fácil visibilidad en el caso contrario a Mí favorita pues según clientes existe un margen de insatisfacción en la adecuada ubicación del producto en venta.

- Al comparar la competencia cuenta con ubicación poco adecuada aun estando en los rangos de aceptación, ya que los productos se encuentra en medio del espacio de espera del cliente.

Productos que compra más que otros / No existe productos que compre más que otro.

- La frecuencia de compra en Veterinaria la central no es limitada debido a que la población demanda no solo un producto, aunque los clientes compran un producto específico y en mayor cantidad, existe una variedad de compra.
- Al establecimiento de Mi Favorita la clientela es limitada en los artículos de compra según encuestados, visitan el local únicamente por ciertos productos y el servicio de atención veterinaria.

Condiciones de almacenamiento adecuada / Condiciones de almacenamiento no adecuada.

- A criterio de la población se considera adecuada las condiciones de almacenamiento de cada empresa por lo que están satisfecho en el cuidado y guardo del producto, sin embargo La Central cuenta con mejores condiciones de almacenamiento y manejo del inventario.
- Mi Favorita tiene condiciones de almacenamiento adecuada ya que cuenta con un espacio similar al de La Central y los estantes están en orden y acondicionados para su almacenamiento, como estantes y exhibidores y ventiladores, aunque se debe de trabajar con el orden de almacenamiento.

Atención al cliente influye / La atención no influye en la compra.

- La atención que se le brinda al cliente es de mucha influencia en la decisión de compra en La Central existe una atención de calidad por lo los clientes prefieren visitar este negocio, mientras que Mi Favorita tiene una baja calidad de atención al clientes, es un punto ventajoso para La Central ya que puede aprovechar las debilidades de la competencia para ampliar su mercado y obtener nuevos clientes.
- La atención en Mi favorita se encuentra en un rango bajo, basándose que la atención al cliente es la variable principal en el momento de la decisión de compra

para los clientes; de manera directa se debería de capacitar al personal para lograr una mejora en la atención, aunque cuenta con más personal que La Central, se debe trabajar en la calidad de personal reclutado.

Variedad de producto / No existe variedad de producto.

- En la actualidad la variedad de productos y marcas es importante al momento de elección de la empresa a visitar, según datos obtenidos la población matagalpense prefiere La Central por la variedad de productos y marcas en existencia, esta empresa cuenta con una amplia gama de inventario de diferentes laboratorios, categorizando los productos en nivel A, B y C; es en dependencia del alcance, durabilidad y efectos que tiene cada producto. También cuenta con muchos accesorios para el cuidado animal como: collares, corta uñas, comida especializada, juguetes, entre otras cosas más.
- En la empresa Mi Favorita se cuenta con una gama de productos variables ya que tiene variedad de inventarios, pero con marcas limitadas, lo que significa que tiene pocos proveedores de marcas; este punto se debe de mejorar porque lo deja debajo de la competencia en el mercado, teniendo en cuenta el posicionamiento de las marcas en la mente del consumidor.

El diferencial semántico muestra claramente los aspectos relevantes para ambas compañías, en cómo sobre sale la una de la otra y los aspectos que llevan a los clientes a la preferencia de una empresa y no la otra. Estos resultados impactan en el presente estudio porque así se puede valorar más cercas las debilidades y fortalezas de cada empresa. Por ejemplo vemos como la atención al cliente y la rapidez en el procesamiento de pedido sobresale en Veterinaria La Central, así como la variedad de productos hace que exista la preferencia. Ambas empresas tienen imagen positiva sin embargo hay puntos bajos en los cuales debería de mejorar para mantener siempre la excelencia y preferencia.

Según la entrevista realizada a propietario de veterinaria Central dice que el uso del sistema computarizado hace más fácil, seguro y eficiente el control de los inventarios y hace posible un mejor proceso de pedidos al cliente, ya que se tiene

una idea de lo que hay en existencia tanto en el local como en el almacén y así brinda una mejor y más rápida atención. También afirma que con respecto al procesamiento de pedido hasta ahora utilizado se encuentra en un grado de conformidad con el personal a cargo, ya que no ha tenido ningún tipo de quejas y afirma que la buena atención es lo que los distingue de la competencia, considera un personal adecuado ya que cuenta con uno destinado directamente a consultas médicas y otro como auxiliar de atención y despacho: hasta ahora en su trayectoria en el mercado ha tratado de mantener una buena imagen para lograr un posicionamiento en la población de Matagalpa.

Conforme a procesamiento de pedidos el propietario de la veterinaria dice que los pedidos realizados se ejecutan mediante estos se van agotando y cual sea el más demandado para esto cuenta con un sistema que le permite tener un control de su inventario que le determina cuando un producto está llegando a agotarse y este necesite abastecerse, confirma que el plan que ejecuta es eficiente y que le permite llevar el control de sus inventario para brindar una mejor atención al cliente y siempre tenga una satisfacción. Se puede decir que existen productos que tienen mayor demanda en todo el año y también en temporadas, que son los desparasitantes y fungicidas, todo el tiempo están siendo demandados para finales distintos.

Para poder cumplir con la demanda el propietario tiene un plan de contingencia es con los proveedores, siempre tiene contactos con dos proveedores fuertes en caso de que uno no tenga la cantidad de pedido o el producto en existencia, recurre al segundo y así sucesivamente lo que le permite mantenerse al margen y posicionarse en el mercado como un punto de referencia en temporadas altas. Su imagen siempre debe de mantenerse dado que veterinaria central es una sucursal de la veterinaria Magali, la cual abastece a la mayoría de las veterinarias de Matagalpa.

Hablando del costo de almacenamiento de inventarios, veterinaria La Central cuenta con un espacio propio para almacenamiento de los productos lo cual le permite disponer de el sin ningún gasto adicional, este cuenta con las condiciones

necesarias para mantener los productos hasta que sean distribuidos para llegar al consumidor final, los productos permaneces en el almacén un máximo de tiempo de 10 meses, estos en este transcurso deben de ser supervisados y rotados para no llegar a producir un gasto por deterioro o envejecimiento, en caso de que un producto se encuentre próximo a su fecha de vencimiento se llega a un acuerdo con los proveedores los que casi todo el tiempo realizan cambios de los mismos por unos con fechas más largas de vencimiento, sin embargo los pocos que llegan a caducar son desechados inmediatamente.

El propietario informa que entre los productos más consumidos se encuentran las vacunas y desparasitantes lo cual ocurre en todo el año debido a los cambios de temporadas de cuidado de los animales y siempre se mantiene en altos márgenes.



Según la observación de los investigadores se puede corroborar que la empresa La Central elabora proyecciones de pedido mediante inventarios físicos, aunque no se mantiene un estándar de productos el propietario y personal a cargo manejan el movimiento y rotación de los productos, lo que hace posible las adecuadas proyecciones de acuerdo a los datos históricos; también se puede decir que manejan su inventario mediante sistema computarizado así como se puede apreciar en la imagen plasmada, esto hace posible un mejor control y conciliación e incluso facilita la eficiencia en la atención al cliente. Mediante este sistema pueden controlar el inventario general y saber que productos tienen en existencia en sucursal principal que ellos no tengan y poder brindar una mejor atención.

*Foto 3. Sistema computarizado.*

*Fuente: Veterinaria La Central.*

Se puede observar conformidad de los clientes en el factor precio con relación a la competencia, esto es debido a que veterinaria Central compra cantidades considerables y eso reduce sus costos para hacer posible poder vender un poco más favorable que la competencia.

Puntos débiles que se deberían mejorar para garantizar una mejor atención es la rotulación de productos con precios actualizados, puesto que no todos tienen los precios; la visibilidad de precios hace que el cliente se interese más en los productos a la vista, aunque no todos están exhibidos, esto podría ser por el espacio de la empresa, se considera que es un espacio limitado, los productos se encuentran en estantes que hace posible el fácil acceso del vendedor. Los productos están en los estantes clasificados de acuerdo a la función de cada uno.

Los productos se encuentran visibles al cliente, en su mayoría se pueden observar aunque la mayoría de los clientes llegan por productos específicos que ya han comprado con anterioridad, también se considera un adecuado almacenamiento de los productos, existen productos que se tiene que almacenar bajo refrigeración y otros a temperatura ambiente, gran ventaja para el negocio es que el propietario cuenta con local propio para almacenamiento esto hace posible la reducción de los costos. En entrevista realizada fue afirmada por propietario la ventaja competitiva obtenida de no incurrir en gastos de almacenamiento.

Se sabe que la atención al cliente es un factor determinante en la compra o visita del negocio, en veterinaria La Central se cuenta con personal capacitado y con experiencia en el rubro veterinario, se puede determinar que los clientes visitan el negocio y son atendidos con amabilidad y cortesía; no solo por la atención también por la variedad que ofrece en productos y marcas. Según variables trabajadas en diferencial semántico se puede decir que en comparación a la competencia (Veterinaria Mi Favorita) La Central es preferida por atención y variedad de productos. La competencia tiene una deficiencia en la atención al cliente y con respecto al almacenamiento, lo que dificulta la calidad de atención y en la exhibición de los productos; tampoco cuenta con un catálogo; sin embargo ellos

cuentan con marcación de precios en los productos donde el cliente puede visualizar los precios.

### Mapa perceptual

El mapa perceptual o mapa de posicionamiento es una herramienta que representa las percepciones de una marca, producto o empresa por los consumidores. Sirve para identificar la posición relativa en este caso de una empresa tanto en relación a otros competitivos como a un ideal.

En el siguiente mapa perceptual se medirá el posicionamiento de mercado que tiene cada empresa teniendo como referencia los siguientes criterios.

Descripción de criterios:

**Eficiencia en procesamiento de pedido:** La medición de la eficiencia demostrara por cada parte al momento de procesar, ejecutar y entregar los productos pendientes, para determinar así el buen manejo de inventarios por parte de cada veterinaria.

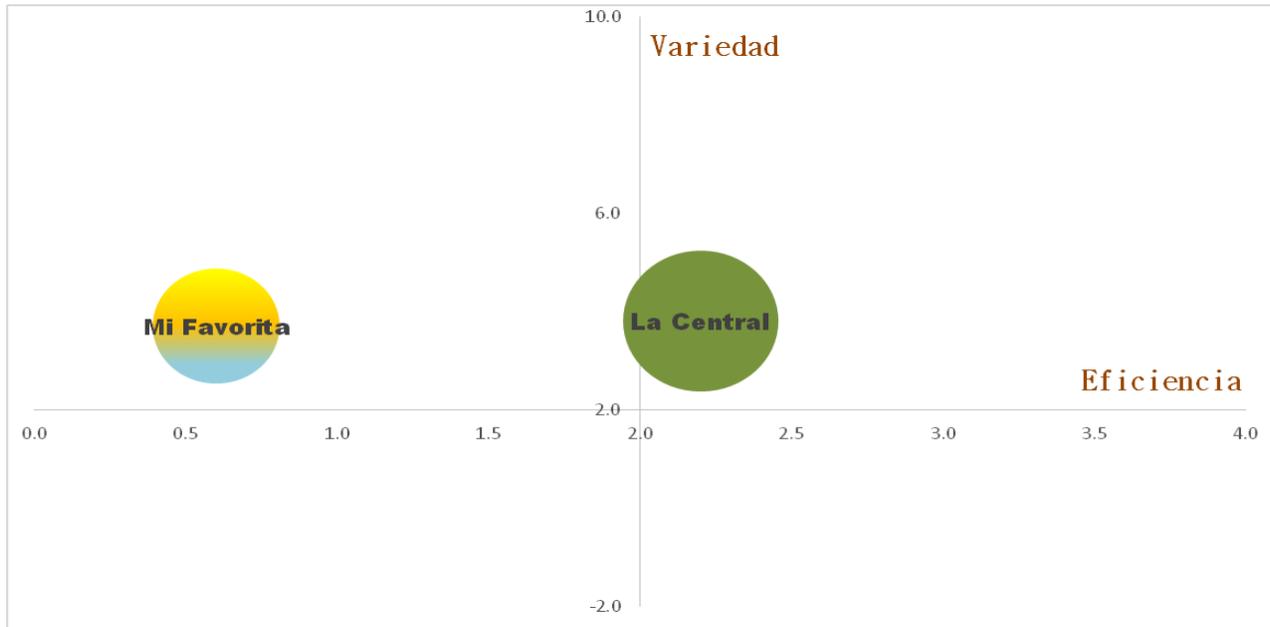
**Variedad de productos:** La variedad de producto que ofrece cada veterinaria al mercado; se puede determinar las marcas existentes, las solicitadas y ver si se puede cumplir con la demanda de los clientes.

Tabla 1. Datos para construir mapa perceptual.

Empresa	Eficiencia	Variedad	Cuota de mercado
La Central	2.2	3.8	30%
Mi Favorita	0.6	3.7	20%

*Fuente: Aplicación de instrumentos a pobladores de Matagalpa.*

### Mapa perceptual:



Fuente: Auditoria propia a partir de aplicación del mapa perceptual.

La ubicación de cada empresa en los cuadrantes tiene su propio significado sabiendo que el tercer cuadrante significa que está fallando en una de las variables y el primer cuadrante significa un buen posicionamiento de la empresa en ambas variables.

En este mapa de posicionamiento se trabaja en el eje X la “eficiencia” de ambas empresas para determinar la calidad de atención al cliente y en el eje Y la “variedad” de productos y marcas, de esta manera ver cuál de ambas empresas es de preferencia para la población de Matagalpa. Para poder medir cuál de las dos se encuentra más posesionado en el mercado y la mente del consumidor fue necesario la construcción de un mapa perceptual en lo cual se obtuvieron los siguientes resultados:

Según la posición de las empresas en los cuadrantes se relaciona que veterinaria Mi favorita se encuentra en un punto cercano de mala imagen por factores varios tales como: Catálogos de productos no existentes, procesamiento de pedido con lentitud, compra de los clientes limitada, desorden en el

almacenamiento y mala atención brindada por el personal. Se puede relacionar en el diferencial semántico donde según los promedios mi favorita se encuentra en un punto de buena imagen aunque en promedio muy bajo esto dice que está en riesgo, si se descuida puede seguir bajando los promedios hasta llegar a tener mala imagen de la empresa.

En caso de veterinaria La Central conserva en el primer cuadrante lo que significa que tiene un buen posicionamiento y una buena imagen para la población matagalpense, está en los ejes positivos tanto en eficiencia como variedad. La Central es considerada una veterinaria con una amplia gama de productos y marcas y la mayoría de los clientes se encuentran satisfechos con esta variedad, también tiene alta eficiencia en la atención al cliente; según diferencial por eso es de preferencia y por eso poco frecuentan Mi Favorita.

En este mapa de posicionamiento se puede decir que cada empresa aporta una cuota de mercado en Matagalpa y se obtiene que Veterinaria La Central aporta una cuota del 30% en comparación a veterinaria Mi Favorita que aporta un 20%. Se podría decir que en la mente del consumidor en primer lugar está Mi favorita por la trayectoria y negocios comerciales fuertes en Matagalpa que tienen el mismo nombre comercial; sin embargo mediante mapa perceptual podemos decir que tiene un mayor aporte La Central debido a que este negocio es parte de veterinaria Magali; y este establecimiento tiene ventas considerables dentro y fuera de la zona; además cuenta con una amplia línea de productos y marcas que abastecen a casi todas las veterinarias de la zona.

Según la entrevista realizada, el propietario cuenta con personal calificado para rendir eficientemente y cuenta con una amplia variedad de productos. Que es controlado su inventario mediante sistema computarizado Mónica, mediante este sistema puede revisar sus inventarios y existencia tanto en veterinaria Central con en su principal almacén Veterinaria Magali. El propietario y gerente a la vez trata de siempre poder decirle al cliente que si tiene existencias, manteniendo una comunicación constante con los responsables de cada puesto. También cuenta con varios proveedores para poder dar una mejor respuesta a los clientes.

Su manera más eficaz hasta el momento para controlar el procesamiento de pedidos a los proveedores es conciliar las existencias físicas con las ventas usuales, Dr. Olmedo también afirma que mantiene estándares de productos mínimos; es decir no espera vender el último producto para realizar compras.

Tras observación de los investigadores se puede afirmar que los métodos hasta ahora utilizados son de mucho beneficio y provecho, el cliente siempre es recibido con un buen trato de parte del personal a cargo.

Otra de las variables a medir es la eficiencia en el procesamiento del pedido y se puede decir que cada cliente es atendido con rapidez puesto que el cliente no demora en el local a menos que sea consulta, se extiende un poquito más el periodo. Existe conformidad en la atención y el cliente recalca que por eso prefieren visitar veterinaria la Central, en comparación a Veterinaria Mi Favorita, es de poca elección por la lentitud en la atención y poca variedad de productos y en lo que cabe la variedad existe amplia gama de productos de diferentes marcas y diferentes alcances; clasificados en las letras A, B y C; esto va en dependencia del alcance y durabilidad de acción del medicamento o veneno.

Con los instrumentos aplicados, el cliente opina en diferencial semántico su conformidad en precios, condiciones de almacenamiento, atención especializada y variedad de productos. Ante los clientes veterinaria La Centra cuenta con una buena imagen en la población de Matagalpa con un promedio de 6.7% lo que indica que es una imagen excelente, sin embargo tiene que cuidar algunos puntos como rotulación de productos con los precios y la existencia de un catálogo de producto. Por otro lado mediante mapa perceptual se pudieron analizar los datos y La Central se plasma en el primer cuadrante donde se refleja que existe una buena eficiencia en el procesamiento de los pedidos del cliente por parte del personal y propietario esta variable medida en el eje X y en eje Y se tomó como variable la variedad, y también está ubicada en el cuadrante positivo; se puede decir que está en un punto equilibrado aunque sería de mucha conveniencia la mejora de estos promedios para poder abarcar nuevos segmentos de mercado y poder lograr una posesión mucho mayor a la que ya tiene.

Mediante entrevista se puede dar cuenta la opinión del propietario donde dice que los elementos de manejo de control y procesamiento de pedido han sido eficaz hasta el día de hoy y existe una valoración física para la elaboración de pedidos y poder obtener el producto necesario para dar abasto con la demanda de los clientes teniendo planes de contingencia en caso de que algún proveedor no tenga el producto necesario. Es considerada una buena estrategia para siempre cubrir la necesidad de los clientes de una u otra forma. Los productos más vendidos son desparasitantes y fungicidas, se corrobora con clientes que dicen que existe un producto que compra más que otros, podría ser este mismo y mediante observación es notorio la búsqueda constante de desparasitantes, lo cual se puede decir que es el producto más demandado.

También se puede determinar que existe un control adecuado mediante sistemas que facilitan y agilizan el procesamiento de pedidos de la empresa al cliente, como investigadores se notó una atención con rapidez pero siempre siendo bien recibido y los clientes también coinciden en la buena atención y recalcan su gran importancia en la decisión de compra.

Empresa La Central es un comercio con una imagen positiva para los consumidores y población de Matagalpa, en comparación con la competencia sin embargo existen puntos que se deben de mejorar para lograr un posicionamiento total en los clientes, también debe de emplear estrategias para agrandar el mercado y poder incrementar la cuota de mercado minorista y abarcar ambos mercados, hasta ahora su estrategia es liderazgo en costo y diferenciación en la atención del cliente.

## V. CONCLUSIONES

1. Veterinaria La central cuenta con una excelente distribución física, ya que cada producto está catalogado de acuerdo a su función, lo que facilita el buen procesamiento de pedidos al momento de búsqueda. Los elementos de manejo de control y procesamiento de pedido han sido eficaz hasta el día de hoy y existe una valoración física para la elaboración de pedidos y poder obtener el producto necesario para dar abasto con la demanda de los clientes teniendo planes de contingencia en caso de que algún proveedor no tenga el producto necesario.

2. En Veterinaria La Central el procesamiento de pedido es eficiente, porque cuenta con sistema computarizado que apoya a los trabajadores para poder procesar los pedidos con rapidez y también esta empresa tiene personal altamente calificado y amplio conocimiento en el rango de la medicina animal.

3. Veterinaria La Central tiene una amplia gama de productos en venta y también de marcas que hacen más satisfactorio la compra del cliente. Es considerada como una empresa que cuenta con muchos artículos tales como: medicina animal (desparasitantes, vitaminas, vacunas y medicamentos), accesorios del cuidado animal (shampoo, collares, juguetes, correas, corta uñas, cepillos para el pelo, entre otros), y una variedad de alimentos para animales como ganado, bovinos, cerdo y animales domésticos.

## VI. BIBLIOGRAFIA

Ballou, R. H. (2004). *Logística Administración de la cadena de suministro*. Mexico: Pearson Educacion de Mexico, S.A. De C.V.

Berselli, C., & Gomes, R. (2018). *Estudios y Perspectivas en turismo*. Mexico.

Cravens, D. W., Hill, G. E., & Woodruff, R. B. (1993). *Administración en mercadotecnia*. México: Continental S.A.

Fisher, L., & Espejo, J. (2011). *Mercadotecnia*. Mexico: Mexicana.

Fisher, L., & Espejos, J. (2017). *Mercadotecnia* . Mexico : Mexicana, Reg.

Jauregui, A. (12 de Diciembre de 2001). *Gestiopolis*. Obtenido de Gestiopolis:  
[www.gestiopolis.com/administracion-distribucion-fisica-productos/](http://www.gestiopolis.com/administracion-distribucion-fisica-productos/)

Monfarrer, D. (2013). *Fundamentos de marketing*. México.

Prieto, A. (1996). *Principios de contabilidad* . México : Banca y comercio S.A.

Torreglosa, s. M., Polo, e. J., & Verbel, J. D. (10 de febrero de 2014). Obtenido de  
<https://es.slideshare.net/sandratoreglosa/mtodos-de-proyeccion-de-la-demanda-32447841>

Torres, J. R. (2017). Obtenido de <https://www.aulafacil.com/cursos/organizacion/gestion-de-stock/costos-de-mantenimiento-de-los-inventarios-i-l20097>

Vega, J. F. (5 de Diciembre de 2017). Obtenido de Noega Systems:  
[www.noegasystems.com](http://www.noegasystems.com)

Velázquez Velázquez , E. (2012). *Canales de distribución y logística*. México.

Vermorel, E. (septiembre de 2013).

Videla, P. (27 de Septiembre de 2015). *Procesamiento de pedido: b2b.com*.

Obtenido de b2b.com:

[logisticahub.wordpress.com/2015/09/27/procesamiento-de-pedidos/](https://logisticahub.wordpress.com/2015/09/27/procesamiento-de-pedidos/)

Westreicher, G. (2019) *definiciones/demanda-*

*efectiva.html*<https://economipedia.com/definiciones/demanda-efectiva.html>.

Obtenido de economiédia.

## VII. ANEXOS

### Anexo 1. Operacionalización de variables

Operacionalización					
Variable	Sub-variable	Indicadores	Preguntas	Dirigido a	Instrumentos
<b>Sistema de Distribución física</b>	Procesamiento de pedidos	Preparación de pedidos	¿El catálogo de producto se encuentra existente y a la vista siempre?	Cliente	Diferencial semántico y guía de observación
			¿Qué plan elabora para procesar sus pedidos?	Administrador de veterinaria	Entrevista
		Transmisión de pedidos	¿Establece relación entre las existencias de productos para procesar su pedido?	Administrador de veterinaria	Entrevista
			Entrada y salida de pedidos	¿El procesamiento de pedido es con rapidez?	Clientes
		¿Existen productos que compra más que otro?		Clientes	Diferencial semántico
		¿Están los productos a la vista?		Clientes	Diferencial semántico
		¿Considera efectivo el sistema de pedido hasta ahora utilizado?		Administrador de veterinaria	Entrevista

	Pronóstico de demanda	Demanda real Demanda proyectada	¿Evalúan sus órdenes de pedido de acuerdo a meses de ventas altas?	Administración	Entrevista
			¿Qué pasa cuando no tiene la cantidad necesaria de pedidos?	Administración	Entrevista
			¿Satisface toda su demanda, o tiene déficit de inventario?	Administración	Entrevista
			¿Contempla un plan de contingencia en caso de ausencia de un proveedor?	Administración	Entrevista
Manejo de inventario	Cantidad de pedido costo de inventario.	¿Establece parámetros para el control de inventario para la venta?	Administración	Guía de observación, Diferencial semántico y entrevista.	
		¿Establecen control de inventario, mediante sistemas computarizados?	Administración y Clientes	Guía de observación y entrevista.	
Costo de mantenimiento de inventario	Gastos por espacio y almacenamiento.	¿Tiene la veterinaria una bodega para almacenamiento?	Administración	Entrevista, guía de observación	
		¿Las bodegas de almacenamiento cuentan con las condiciones necesarias para la protección del producto?	Administración	Guía de observación y entrevista.	

			¿Paga por servicio de almacenamiento de productos?	Administración	Entrevista.
			¿Cuánto tiempo permanecen los productos almacenados?	Administración	Entrevista
			¿Ha perdido de comprar más producto por baja rotación del producto?	Administración	Entrevista
			¿Existen productos destinados a desechos por falta de venta?	Administración	Guía de observación y entrevista.
			¿Ha perdido producto por deterioro?	Administración	entrevista
			¿Ha perdido productos por cambios en los precios?	Administración	Entrevista
			¿Cuenta con condiciones de almacenamiento adecuadas?	Clientes	Diferencial semántico
			¿Le han quedado muchos productos por vencimiento?	Administración	Entrevista
			¿Cuáles son los productos más vendidos?	Administración	Diferencial semántico y entrevista

## Anexo 2.



### Diferencial Semántico

#### Dirigido a clientes de Veterinaria La Central

Los estudiantes de 5to año de la carrera de Mercadotecnia del turno nocturno estamos realizando un diferencial semántico en Veterinaria La Central teniendo como tema principal el sistema de distribución física con el fin de analizar la distribución de productos en el segundo semestre del año 2019.

Veterinaria La Central

Veterinaria Mi Favorita

	7	6	5	4	3	2	1	
Productos accesibles en precio.								Productos no accesibles en precio.
El catálogo de productos se encuentra siempre.								El catálogo de productos no se encuentra siempre.
Productos a la vista.								Los productos no se ven.
Procesamiento de pedidos con rapidez.								Procesamiento de pedidos lentos.

La ubicación de productos es adecuada.								La ubicación de productos no es la adecuada.
Existen productos que compra más que otros.								No existen productos que compra más que otros.
Las condiciones de almacenamiento son adecuadas								Las condiciones de almacenamiento no son adecuadas
La atención influye en la compra.								La atención no influye en la compra.
Existe variedad de productos.								No existe variedad de productos.

### Anexo 3.



#### Mapa Perceptual

**Dirigido a ciertos pobladores de Matagalpa**

**Veterinaria La Central y Veterinaria Mi Favorita**

Los estudiantes de 5to año de la carrera de Mercadotecnia del turno nocturno estamos realizando mapa perceptual en Veterinaria La central versus veterinaria Mi Favorita, teniendo como tema principal el sistema de distribución física con el fin de analizar la distribución de productos en veterinaria La Central en el segundo semestre del año 2019.

Mapa perceptual			
Eje	Veterinaria La Central	Veterinaria Mi Favorita	Criterios
X			Eficiencia en procesamiento de pedido.
Y			Variedad de productos.

#### Descripción de criterios:

**Eficiencia en procesamiento de pedido:** La medición de la eficiencia demostrara por cada parte al momento de procesar, ejecutar y entregar los productos pendientes, para determinar así el buen manejo de inventarios por parte de cada veterinaria.

**Variedad de productos:** la variedad de producto que ofrece cada veterinaria al mercado; se puede determinar las marcas existentes y las solicitadas y ver si se puede cumplir con la demanda de los clientes.

## Anexo 4.



### Entrevista dirigida a propietario

#### Veterinaria La Central

Los estudiantes de 5to año de la carrera de Mercadotecnia del turno nocturno estamos realizando una entrevista dirigida al área administrativa y personal de Veterinaria La Central teniendo como tema principal el sistema de distribución física con el fin de analizar la distribución de productos en el segundo semestre del año 2019. Esperando su apoyo y comprensión. De antemano gracias por su colaboración.

#### I. Procesamiento de pedidos.

1. ¿Qué plan elabora para procesar sus pedidos al cliente?
2. ¿Considera adecuado al personal para la atención al cliente?
3. ¿Considera efectivo el procesamiento de pedidos por el personal hasta ahora utilizado?

#### II. Pronóstico de demanda

1. ¿Evalúan sus órdenes de pedidos de acuerdo a meses de ventas altas?
2. ¿Qué pasa cuando no tiene la cantidad necesaria de pedidos?
3. ¿Satisface toda su demanda, o tiene déficit de inventario?
4. ¿Contempla un plan de contingencia en caso de ausencia de un proveedor?

#### III. Manejo de inventario

1. ¿Establece parámetros para el control de inventario para la venta?
2. ¿Establece control de inventario mediante sistema computarizado?
3. ¿Cuenta con variedad necesaria de productos?

#### **IV. Costo de mantenimiento de inventario.**

1. ¿Tiene la veterinaria una bodega para almacenamiento?
2. ¿Las bodegas de almacenamiento cuentan con las condiciones necesarias para la protección del producto?
3. ¿Paga por servicio de almacenamiento de productos?
4. ¿Cuánto tiempo permanecen los productos almacenados?
5. ¿Ha perdido de comprar más producto por baja rotación del producto?
6. ¿Existen productos destinados a desechos por falta de venta?
7. ¿Ha perdido producto por deterioro?
8. ¿Ha perdido productos por cambios en los precios?
9. ¿Le han quedado muchos productos por vencimiento?
10. ¿Cuál es su producto más vendido?

## Anexo 5.



### Guía de Observación.

#### Veterinaria La Central.

Los estudiantes de 5to año de la carrera de Mercadotecnia del turno nocturno estamos realizando una guía de observación en Veterinaria La Central teniendo como tema principal el sistema de distribución física con el fin de analizar la distribución de productos en el segundo semestre del año 2019.

#### Instrumentó a utilizar:

Guía de observación personal

Acciones a evaluar	Registro de Cumplimiento		Observaciones
Verifican inventario físico para elaboración de pedidos.	Si	No	
Inventario mediante sistema computarizado			
Existen productos desechados.			
Productos en estantes con precios			

Existen productos de mayor demanda.			
Tiene en exhibición los productos.			
El cliente no demora en ser atendido.			
Toma un plan de contingencia, para tener siempre productos			
Existen productos vencidos.			
Variedad de productos y marcas.			
Cuentan con catálogos de producto.			

## **Anexo 6.**

### **Diseño metodológico:**

Fue necesario construir un diseño metodológico para el cumplimiento de los objetivos propuestos en esta investigación, el cual se describe a continuación:

El tipo de estudio es aplicado, este tiene como objeto el estudio de un problema destinado a la acción. Por tanto el estudio se entiende a manera de cómo se aplica la teoría a la realidad y viene en compañía de recomendaciones aplicables a dicha empresa.

La investigación en cuestión es de carácter descriptivo; pues se interpretan los resultados y se selecciona una serie de cuestiones y se recolecta información sobre cada una de ellas, involucrando varios grupos de interés como la opinión de los clientes, la administración de veterinaria La central y la observación de los investigadores, mediante dichas opiniones realizamos la triangulación de la investigación. Se describe los sistemas de distribución de la empresa.

La presente investigación es con un diseño no experimental, puesto que en ningún momento se trata de manipular las variables en estudio por parte de los investigadores, únicamente se observan las variables en investigación sin alteraciones para su análisis posterior.

Según el enfoque estudiado en esta investigación es cualitativa con algunos aspectos cuantitativos, se cuantifica mediante mapa perceptual, diferencial semántico y entrevista personal; se hace referencia aspectos cualitativos con la interpretación de los datos obtenidos en la encuesta semi-estructurada, ya que gran parte de la teoría se analiza y se aplica de acuerdo a los objetivos.

De acuerdo con su extensión en el tiempo es de corte transversal, el estudio se realiza en la empresa Veterinaria La Central del municipio de Matagalpa en el segundo semestre del año 2019; y solamente se aplican una vez los instrumentos a las mismas personas.

Con una población de 42 personas, 2 trabajadores permanentes de la empresa incluido el propietario y administrador al cual se le aplica la entrevista y una muestra de 40 clientes, tomando en cuenta que son clientes frecuentes dispuestos a la colaboración durante el periodo que se apliquen los instrumentos. La presente

investigación es de muestreo no probabilístico y por conveniencia, teniendo como parámetros para los encuestadores, la frecuencia de visita.

Se aplicaran como instrumentos: diferencial semántico, mapa perceptual, entrevista y guía de observación.

Se analizaran los datos mediante métodos inductivo y deductivo.

## Anexo 7.

Tabla de proceso de datos para mapa perceptual.

No de participante	La Central		Mi Favorita	
	Eficiencia	Variedad	Eficiencia	Variedad
1	4	4	2	2
2	4	3	2	3
3	4	4	-1	4
4	3	4	4	3
5	4	4	2	2
6	2	4	1	-1
7	4	4	-1	4
8	4	3	-1	-2
9	4	4	3	2
10	4	4	3	3
11	4	4	2	2
12	4	4	-1	4
13	4	4	-3	-1
14	3	3	2	2
15	4	4	2	2
16	4	3	-2	1
17	4	4	-3	3
18	4	4	-2	4
19	3	4	4	2
20	4	4	-1	4
21	4	4	2	2
22	4	3	2	3
23	4	4	-1	4
24	3	4	4	3
25	4	4	2	2
26	2	4	1	-1
27	4	4	-1	4
28	4	3	-1	-2
29	4	4	3	2
30	4	4	3	3
31	4	4	2	2
32	4	4	-1	4
33	4	4	-3	-1
34	3	3	2	2
35	4	4	2	2
36	4	3	-2	1
37	4	4	-3	3
38	4	4	-2	4
39	3	4	4	2
40	4	4	-1	4
<b>Totales</b>	<b>150</b>	<b>152</b>	<b>24</b>	<b>86</b>
<b>Promedios</b>	<b>3.75</b>	<b>3.8</b>	<b>0.6</b>	<b>2.15</b>

## Anexo 8.

### Fotografías del establecimiento.



Fuente: Veterinaria La central.

### Rotulación de productos por categorías.



Fuente: Veterinaria La central.

**Procesamiento de pedido mediante sistema computarizado y rotulación de productos con precios.**



*Fuente: Veterinaria La central.*

**Variedad de productos.**



*Fuente: Veterinaria La central.*