

**“Plan de crecimiento en la  
distribuidora Eunice de Rio Gallegos  
Santa Cruz en el plazo de un año”**



**TECNICATURA SUPERIOR EN ADMINISTRACION**

**CATEDRA: SEMINARIO IV**

**ALUMNA YAMILA L. OYANARTE**

**TUTOR: LIC. ALEJANDRO S. VAZQUEZ**

**AÑO ACADEMICO 2024**

**FECHA DE ENTREGA: 02 DE DICIEMBRE 2024**

## IINDICE

Introducción.....	3 pág.
1. Planteo del problema.....	4 pág..
2. Justificación.....	5 pág.
2.1. Fundamentación.....	5 pág.
3. Objetivos.....	6 pág.
4. Marco metodológico.....	7 pág.
4.1 Metodología.....	7 pág.
4.2 Objetivos.....	8 pág.
4.2.1 Objetivos generales.....	8 pág.
4.2.2 Objetivos específicos .....	7 pág.
4.3 Indicadores.....	8 pág.
4.4 Sujetos.....	8 pág.
4.5 Población y muestra.....	8 pág.
4.6 Instrumentos.....	8 pág.
4.7 Interpretación de resultado.....	8 pág.
5. Marco teórico.....	9 pág.
5.1 Teoría Administrativa.....	9 pág.
5.2 Proceso Organizacional.....	10 pág.
5.3 Innovación Tecnológica.....	10 pág.
5.4 Diagnostico Organizacional.....	11 pág.
5.5 Cambió Organizacional.....	11 pág.

5.6 Las 5 Fuerzas de Porter.....	11 pág.
5.7 Causas del cambio.....	11 pág.
6. Plan de acción.....	12 pág.
6.1 Objetivos.....	12 pág.
6.2 Marco referencial.....	12 pág.
6.3 Descripción de propuesta.....	12 pág.
6.4 Diagnostico FODA.....	13 pág.
6.5. Plan de actividades.....	14 pág.
6.6 Recursos a utilizar.....	16pág.
Conclusión.....	17 pág.
Bibliografía.....	18 pág.
Anexo .....	19 pág.
Modelo de encuesta.....	19 pág.
Gráficos.....	21 pág.
Modelo de cadena.....	23 pág.
Diagrama de Gantt.....	24 pág.

## **Introducción**

En un entorno económico en constante cambio, las empresas enfrentan el desafío de adaptarse y crecer para satisfacer las demandas del propio mercado. La distribuidora Eunice, ubicada en Rio gallegos, Santa Cruz, se ha estado posicionando en el sector, ofreciendo variedad de productos y un servicio al cliente personalizado.

Este trabajo de investigación se centrará en la formulación de un plan de crecimiento para Eunice en el transcurso de un año, analizando su situación actual, identificando oportunidades y las nuevas necesidades del mercado, proponiendo cambios estratégicos que permitan maximizar su expansión de una manera eficiente. A través de un enfoque integrado que incluye el análisis del entorno competitivo, la evaluación de recursos internos y las tendencias del consumidor.

## 1. Planteo del Problema

El área de interés que elegí para hacer este trabajo es mejorar la calidad en la toma de los pedidos del interior de la Distribuidora Eunice. Dado que observé que se puede brindar un mejor servicio a los clientes del interior de la provincia, con la implementación de las nuevas tecnologías.

Este tema está estrechamente relaciona con la carrera de Administración porque es básicamente a lo que nos vamos a dedicar que es implementar mejoras para lograr la eficiencia y eficacia, hacer un buen manejo de los recursos, la implementación de los avances tecnológicos todo esto es post de que cuando blindemos un servicio o realizamos un producto sea de la mejor manera.

Según como dice Chiavenato la administración se ha convertido en una de las tareas más importante de la actividad humana. La tarea básica de la administración es hacer las cosas por medio de las personas de manera eficaz y eficiente. En las organizaciones la eficiencia y eficacia con las que personas trabajan en conjunto para conseguir objetivos comunes depende directamente de la capacidad de quienes ejercen la función administrativa.

Es por ello que el avance tecnológico y el desarrollo del conocimiento humano, por sí solo, no produce efecto si la calidad de la administración sobre los grupos organizados de personas no permite la aplicación efectiva de los recursos humanos y materiales por lo que la administración es considerada la clave para la solución de los problemas más graves que afligen al mundo actual.

### *¿Cómo mejorar la toma de pedidos en interior?*

La empresa Eunice es una distribuidora mayorista que se dedica a la venta y distribución de productos alimenticio en toda la provincia, tiene su sede en Rio gallegos, en esta ciudad cuenta con vendedores que visitan semanalmente a los clientes para realizar los pedidos. En el caso con los clientes del interior se realiza una rutina de viajes cada 15 días dependiendo de la localidad, se realizan viajes programados, levantando los pedidos un día antes del viaje, se gestionan usando un software llamado Neptegia para cargar los pedidos, los cuales deben estar listos el día anterior para facilitar el despacho y facturación. Con la falta de mercadería a veces, la mercadería se agota por el viaje anterior, lo que complica el proceso. La distribución de mercadería es que los días martes y jueves se realizan los despachos, dependiendo de la zona. Cada zona tiene su propio itinerario, como:

- Gregorio, San Julián, Los Antiguos (norte)
- Río Turbio
- Piedra Buena, Calafate

Se puede destacar que cuenta con sus propios camiones para hacer la distribución en el interior y la implementación de la aplicación le daría solución a la necesidad de coordinar los pedidos con anticipación y gestionar el inventario para los viajes planificados, controlando y contando con stock al momento de realizar los pedidos.

## **2. Justificación**

La elección de realizar un plan de crecimiento para la distribuidora Eunice más específicamente la implementación de un software de gestión es porque, muchos distribuidores enfrentan ineficiencia en sus procesos operativos, lo que puede llevar a mayores costos y menos satisfacción del cliente. Una evaluación de las oportunidades de implementación de tecnología permitirá optimizar la logística, la gestión de inventarios y la atención de clientes. La mejora en la eficiencia operativa no solo reduciría costos, sino que también aumentaría la capacidad de respuesta ante la demanda de mercado.

Se puede agregar además que es una empresa que vengo utilizando para hacer diferentes trabajos en la cual pude ver que está en pleno crecimiento, tiene potencial y se predisponen a la realización de cambios y implantación de nuevos avances tecnológicos.

### **2.1. Fundamentación**

Actualmente la Distribuidora Eunice se encuentra en expansión y crecimiento, pero todavía les falta implementar mejoras, una de ellas es la forma de tomar los pedidos en el interior de la provincia que es muy tradicional en relación teniendo con los avances tecnológicos, por hoy contamos con muchos softwares de gestión ERP en los cuales se usa una base de datos en la cual se permite cargar el stock, ventas, compras entre otras cosas.

Como bien dice la teoría del cambio organizacional sugiere que las empresas deben evolucionar y adaptarse a nuevas realidades para sobrevivir y prosperar. Este enfoque resalta la importancia de la transformación interna como respuesta a factores externos. La distribuidora necesita adoptar nuevas tecnologías modernas como parte de su estrategia de cambio organizacional para mejorar sus procesos y adoptarse a un entorno competitivo.

Otra de las teorías que es importante destacar es la de gestión estratégica que se centra en como la organización puede posicionarse para alcanzar sus objetivos a largo plazo, incorporando tecnologías en el modelo de negocios de Eunice no solo promoverá la eficiencia operativa, sino que también facilitará el análisis estratégico mediante el uso de datos. Esto permitirá a la distribuidora tomar decisiones más informadas y alineadas con el mercado.

Esto a la vez acerca y facilita al comprador a poder visualizar el producto y saber con qué de los productos que necesitan cuenta, en el caso de la distribuidora va a permitir tener sistematizado los pedidos lo que le va a facilitar porque desde ahí lo puede facturar y en simultaneo realizar el armado de pedido. Lo cual llevaría a tener una mejor planificación del tiempo, distribución del recurso, les daría una ventaja frente a sus competidores.

Un ejemplo que están a la vanguardia con los avances tecnológicos son las grandes marcas como ser CocaCola, Quilmes y Lays que ya utilizan este tipo de tecnología para la toma de pedidos con el stock actualizado. Dándole a los clientes unas nuevas experiencias y comodidades.

La fundamentación de esta investigación remarca la importancia de implementar un plan de crecimiento basado en la tecnología en la distribuidora Eunice. Al alinearse con teorías e innovaciones, Eunice estará mejor posicionada para enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado.

### **3. Objetivos**

Los objetivos que voy a trabajar en este proyecto en líneas generales es hacer un análisis del estado actual de la distribuidora Eunice de Rio Gallegos Santa Cruz para identificar y establecer oportunidades de implementación tecnológica en el plazo de un año. Para luego realizar una evolución del rendimiento actual de ventas y tiempo de preparación de pedidos para la implementación de un sistema en el plazo de 6 meses aproximadamente.

Un sistema de gestión ERP sería lo más apropiado en esta oportunidad dado que nos permite optimizar y reducir tiempos en la toma de pedidos, en la facturación y la preparación de los mismos. Contando con otros beneficios como ser que nos mantiene a la vanguardia de los tiempos que corren hoy con el avance tecnológico y su implementación en el mercado.

## **4. Marco metodológico**

### **4.1 Metodología**

El presente estudio tiene como objetivo identificar y establecer oportunidades de implementación tecnológica en la distribuidora Eunice de Río Gallegos, con el fin de fomentar su crecimiento en el plazo de un año. La investigación será de tipo cuantitativa, permitiendo una comprensión integral del panorama actual de las percepciones de los actuales y futuros clientes que tendrá. El enfoque será analítico, lo que significa que se realizará un examen exhaustivo de datos y tendencias para fundamentar las decisiones estratégicas; utilizando un diseño no experimental transversal, en el que se recopilarán datos en un único momento en el tiempo para analizar la situación actual del mercado y las oportunidades de crecimiento a corto plazo.

Para este estudio se realizó un instrumento de investigación que consiste en una encuesta para luego realizar la tabulación de procesamiento de la información y presentación gráfica de los hallazgos de dicha investigación.

### **4.2. Objetivos**

#### **4.2.1 Objetivos generales**

Este estudio tiene como objetivo identificar y establecer oportunidades de implementación tecnológica en la Distribuidora Eunice de Río gallegos, con el fin de fomentar su crecimiento en el plazo de un año.

#### **4.2.2 Objetivos específicos**

A - Definir los o el método de compra actual de posibles clientes

B - Establecer la importancia que tiene la implementación de tecnología en ellos

C – Determinar en qué dispositivo se debe implementar primero

D – Identificar el beneficio que trae la implementación de una aplicación en la toma de pedidos.

### **4.3 Indicadores**

Los indicadores más destacados que se tendrán en cuenta para este proyecto son las formas en la que se compra las mercaderías, que tan importante se considera una aplicación e innovación en que dispositivo la utilizarían y que beneficios traería con ellas.

### **4.4 Sujetos**

Se estudiaría a las personas dueñas o encargadas de realizar las compras de la mercadería y locales comerciales donde se venda o se utilicen los productos de la Distribuidora Eunice como ser embutidos y/o lácteos.

### **4.5 Población y muestra**

Población: Los sujetos que forman parte de la investigación fueron en total 14 personas de las cuales 2 son dueños de los locales consultados y los 12 restantes son las personas encargadas de realizar los pedidos.

Muestra: En consideración de la población reducida que se tomó para la realización del estudio, se utiliza un método de muestreo censal, el cual nos dará una tendencia.

### **4.6. Instrumento**

Para la recolección de datos, se llevó a cabo una encuesta de 7 preguntas cerradas a personas que son dueños de locales comerciales y/o encargadas de realizar los pedidos de mercadería, con el objetivo de obtener información acerca de las formas de levantar pedidos, la importancia que tiene las aplicaciones hoy en día, conocer si se utilizaran y que mejoras traería esto en el proceso de los pedidos. (Ver anexos pág.19)

### **4.7 Interpretación de resultados**

La encuesta fue realizada a personas que son o pueden ser posible clientes, las edades abarcadas fueron de dos grupos uno de veinte a treinta y cinco años y el otro grupo fue de treinta y seis a cincuenta años. En un poco más del treinta y cinco por ciento de estas personas trabajan o tiene una fiambrería que es el lugar en donde más se comercializan los productos de la distribuidora, siguiéndoles casi con un treinta por ciento los kioscos y el resto son de rotiserías o que realiza comidas en su casa.

Como era de esperarse más del sesenta por ciento de los encuestados utilizan el método tradicional de la compra de mercadería que es por medio de un proveedor que levanta el pedido acercándose al local, pocos son los que usan las vías telefónicas como ser llamadas vía WhatsApp y casi ninguno se acerca a la mayorista a comprar.

Cabe destacar que un poco más del cincuenta y cinco por ciento considera que es muy importante la implementación de una nueva aplicación para la toma de pedidos, cerca del quince por ciento lo ve importante; esto nos da indicios que es una oportunidad que tenemos para innovar en el mercado, mientras que un poco menos del treinta por ciento cree que es neutral. Lo interesante es que esas personas que creen importante la implementación de una aplicación es porque consideran que traerían mejoras en la eficiencia del proceso, este es otro buen indicador que tenemos a favor del proyecto.

Al momento de consultar por que dispositivo usarían para realizar pedidos los más elegidos fueron las Tablet y los teléfonos celulares, siguiendo algunos con sus creencias no están interesados en utilizar ninguna aplicación, estos corresponden al casi un veintiuno por ciento de los encuestados.

Algo que llamo la atención es que un treinta y cinco por ciento considero como el principal beneficio de la digitalización de la toma pedidos es la mejora en la atención al cliente, teniendo en cuenta que a la mayoría de los encuestados los visitan para realizar los mismo. Otras consideraciones fueron en que puede ser un ahorro del tiempo y además realizarse en cualquier momento del día. (Fuente ver anexo pág.21)

## **5. Marco teórico**

### **5.1 Teoría Administrativa**

En base a nuestro proyecto lo primero que debemos hacer es definir que es un plan de crecimiento, el cual podríamos decir que es un conjunto de estrategias que permiten a una empresa expandir sus operaciones, aumentar sus ingresos y mejorar su competitividad en el mercado. Este plan generalmente abarca diversas áreas, incluyendo marketing, operaciones y tecnología. El mismo debe ser desarrollado e implementado por el área administrativa de la empresa, existen diversas teorías administrativas, en esta oportunidad utilizaremos la teoría de la contingencia que señala como premisa fundamental que las acciones administrativas apropiadas en una situación determinada depende de los para metros particulares de la situación.

Joan Woodward publicó en 1965 su obra *Industrial Organization: Theory and Practice*, con la cual se convierte en uno de los pioneros del enfoque de la contingencia; en los años 50 el mismo llevo a cabo una investigación en compañía de otros colegas del South Essex College of Technology de Inglaterra, que abarco a 100 firmas británicas de diferentes tamaños. El equipo de investigación decidió explorar el tipo de tecnología empleado por las empresas, clasificándolas en 3 categorías, encontraron que había patrones relacionados con el desempeño, que existían diferencias en como operaban las empresas exitosas en relación con las otras y que esto dependía del tipo de tecnología empleada, llegando a la conclusión que la mejor estructura para una empresa dada depende de su tecnología, tamaño y ambiente.

## **5.2 Proceso Organizacional**

Además, se encuentra lo que es el proceso organizacional que es donde los gerentes o administradores ponen en práctica estrategias dirigidas para el interior y exterior de la empresa, identificando necesidades de los usuarios o consumidores, los bienes y servicios que satisfagan esas necesidades y determinando las instancias de coordinación interna entre otras cosas. Se puede decir que la tecnología en este proceso tiene mucha influencia dado que determina la naturaleza de la estructura y el comportamiento organizacional, se ha vuelto sinónimo de eficiencia y es el criterio normativo por el cual los administradores y las organizaciones acostumbran ser evaluadas.

## **5.3 Innovación Tecnológica**

En consiguiente se encuentra la innovación que según wikipedia “es un proceso que introduce novedades y que se refiere a modificar elementos ya existentes con el fin de mejorarlos, aunque también es posible en la implementación de elementos totalmente nuevos.” Nosotros podemos definir a la innovación como toda actividad dirigida a la generación y aplicación de nuevos conocimientos. La importancia de la misma es que la velocidad de los cambios tanto en mercado como en la tecnología hace que sea imprescindible considerarla como una variable estratégica dado que es fundamental para el éxito de cualquier empresa.

Existen diferentes clases de innovaciones entre ellas la tecnológica de la cual surge el modelo de cadena – eslabón (modelo de Kline) (Ver anexo pág.23)

#### **5.4 Diagnostico Organizacional**

Otros aspectos que se abordarán para este proyecto es el cambio que nos va a generar esta implementación y para ello se realizará un diagnóstico organizacional que es el medio por el cual se ve el panorama de empresa tanto interna como externamente, se por el cual se evalúan y analizan variables y factores.

Dentro del análisis externos se encuentran los factores: económicos, políticos, sociales, geográficos y tecnológicos y en el análisis interno están las capacidades: directivas, competitivas, financieras, tecnológicas y talento humano. Estos aspectos los vamos a medir a través de matrices la cual nos va a dar un panorama de cómo se encuentra la organización para el cambio. También se puede realizar un análisis FODA

#### **5.5 Cambio Organizacional**

Según la teoría contingente el cambio se considera como un proceso adaptativo que se debe ser diseñado y ejecutado en función de la situación específica que enfrenta una organización en ese momento es un ajuste necesario en respuesta a factores internos y externos, como la cultura organizacional, la tecnología, las características del liderazgo y la estructura del mercado.

#### **5.6 Las 5 Fuerzas de Porter**

Michel Porter realizó su aporte en esta teoría determinando cuáles eran las fuerzas que movían la competencia dentro de un sector determina y llegó a la conclusión son: la amenaza de ingreso de nuevos competidores, intensidad de rivalidad entre competidores existentes, grado de presión de los productos sustitutos, poder de negociación de los compradores o clientes y el poder de negociación de los proveedores

#### **5.7 Causas del cambio**

La tecnología y la velocidad de respuesta hoy en día conducen el mundo de los negocios que por consiguiente articulan causas importantes para el cambio y quienes no se adaptan a los requerimientos de este primer mundo corren con una gran desventaja competitiva.

En la globalización de los mercados el comprador local visualiza la globalización y negocia con quien brindara mayores beneficios, mediante mayor valor agregado que representa una venta competitiva frente al proveedor tradicional.

Los cambios se pueden medir según su grado de importancia en grande, medianos y chicos.

## **6. Plan de acción**

### **6.1 Objetivos**

En términos generales es la implementación de un plan de crecimiento que contemple la adopción de tecnologías modernas y la mejora de procesos internos para aumentar la eficiencia operativa, mejorar la satisfacción de los clientes y crecer las ventas.

### **6.2 Marco referencia**

El sector de la distribución es fundamental en la cadena de suministros ya que conecta a los fabricantes con los consumidores finales, es por ello que la empresa distribuida debe adaptarse constantemente a las demandas del mercado, los avances tecnológicos y al mismo tiempo mantenerse competitivas teniendo una capacidad rápida de respuesta.

La creciente popularidad de las compras en línea ha llevado a la necesidad de que los nuevos y actuales emprendedores se modernicen y adopten tecnologías que faciliten las compras para los usuarios.

Cabe destacar que la transformación digital es un proceso importante en todas las áreas de la empresa; la adaptación de un software en el área administrativa y operativa reduce los errores y mejora la eficiencia. La implementación de plataformas permite llegar a un público más amplio y de manera más efectiva, los procesos son más ágiles y nos dan un tiempo más rápido de respuesta. Además, que los clientes disfrutaran de una experiencia más personalizada aumentando la lealtad a la empresa.

### **6.3 Descripción de la propuesta**

Esta propuesta tiene como objetivo principal impulsar el crecimiento sostenible de la distribuidora Eunice mediante la implementación de tecnología avanzada y la optimización de procesos operativos. Esto se logra a través de la automatización, análisis de datos y mejora de experiencia del cliente, estableciendo a Eunice como un líder en el sector de distribución.

Se impulsa la implementación de tecnología a través de la incorporación de un software de gestión ERP como ser Flexxus el cual es uno de los completos en el mercado digital puesto que abarca varias áreas de manera eficiente. ([flexxus.com.ar/software-y-sistemas-de-gestion-](http://flexxus.com.ar/software-y-sistemas-de-gestion-)

para-distribuidores-y-mayoristas) además de ser utilizada por grandes compañías nacionales e internacionales.

Esta nos va permitir desarrollar una tienda online intuitiva que facilite la compra de los clientes permitiendo la visualización de los productos, precios y stock de manera inmediata. Se le puede agregar, además un sistema de pago seguro y eficiente para mejorar más la experiencia del cliente. Y en relación con la mejora en la atención al cliente se ofrecerá una capacitación continua a los encargados que levantas los perdidos (proveedores) sobre técnicas de atención personalizadas.

Para la implementación de esta propuesta lo primero que debemos hacer es un análisis de la situación actual de la distribuidora para establecer un punto de partida si se comienza con los clientes locales o con los del interior; luego se hace la instalación del sistema ERP de manera gradual, asegurando que esté funcionando en las áreas administrativas y de logística, paralelamente se realizará una capacitación a todo el personal para el uso del nuevo sistema para que puedan familiarizarse y adaptarse lo más rápido posible. Por ultimo lo que se ara es establecer métricas de éxitos para medir la aceptación que tiene esta nueva metodología, una de ellas puede ser la cantidad se usuarios nuevos se tiene, si los clientes una vez que la conocen realizan sus pedidos por ahí entre otras cosas.

#### **6.4 Diagnostico FODA**

**Fortalezas:** La distribuirá cuenta con una infraestructura sólida, lo que facilita la entrega de productos en plazos óptimos, tiene acuerdos favorables y relaciones de largo plazo con proveedores, garantizando acceso a productos de calidad y condiciones competitivas. Cuenta con conocimiento del sector, lo que permite una mejor adaptación a las tendencias del mercado; sobre todo al ser una empresa joven en pleno crecimiento cuenta con una capacidad para ajustarse rápidamente a los cambios en función de la demanda y tendencias del mercado y por ultimo tiene con un equipo comprometido y que entiende las necesidades del cliente y del negocio.

**Oportunidades:** Existe un aumento de la demanda por compras online, lo que representa una oportunidad para expandir el canal de ventas digitales. La implementación de tecnologías avanzadas (como inteligencia artificial, análisis de datos y sistemas de gestión) nos pueden ayudar a optimizar operaciones y mejorar la experiencia del cliente; además esta nuevas tecnologías nos posibilita de ampliar el área de distribución a nuevas localidades y sobretodo con el cambio de cultura que estamos viviendo está aumentando la demanda de productos sostenibles y servicios de distribución eco-amigables es una gran oportunidad para

posicionarse como un referente en el mercado verde.

Debilidades: Entre ellas podemos encontrar la dependencia de ciertos proveedores puede poner en riesgo la cadena de suministro, que los recursos financieros sean limitados para la implementación de nuevas tecnologías, otro debilidad es de capacitar constantemente al personal en nuevas herramientas y tecnologías para mantenerse competitivos, que no se bien recibida por un determina sector de clientes; limitaciones en plataformas digitales, lo que puede afectar la captación de nuevos clientes.

Amenazas: Una competencia directa con las empresas consolidadas como de nuevos entrantes en el mercado de distribución, los cambios constantes que se están produciendo con normativas que afecten la logística y distribución pudiendo representar un desafío para operar eficientemente; por supuesto que las condiciones económicas pueden afectar la demanda de productos y las operaciones del negocio, los cambios en las preferencias y comportamientos de los consumidores que puedan impactar en la estrategia de marketing y ventas, al estar trabajando con tecnología no estamos exentos de los ciberataques o fallos tecnológicos que podrían comprometer la operación del negocio.

### **6.5. Plan de actividades**

#### ✓ Actividad 1 Análisis y Diagnóstico

Realizar un diagnóstico interno de los procesos actuales en la distribuidora.

Identificar debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas (FODA).

Los responsables de llevar esta actividad van hacer un consultor externo el cual va hacer contratado a ese fin.

#### ✓ Actividad 2. Definición de Estrategias

Determinar las tácticas se utilizará basadas en:

Priorizar las áreas donde se harán las mejoras (logística, atención al cliente, marketing).

Evaluar los posibles sistemas de gestión ERP que se implementara teniendo en sus alcances en relación a las áreas a trabajar

Los responsables de esto serán los dueños en conjunto con el encargo de administración y el de logística.

✓ Actividad 3 Planificación de Recursos

Establecer el presupuesto necesario para la implementación de tecnologías.

Identificar proveedores tecnológicos y realizar evaluaciones de sus propuestas.

Presupuesto para la capacitación el personal, compra de equipos y software

Los responsables de esta actividad será el área administrativa de la distribuidora conjunto con los dueños

✓ Actividad 4. Implementación Tecnológica

Adquirir e instalar el software y hardware necesarios.

Capacitar a los empleados en el uso de nuevas herramientas y procesos.

Realizar pruebas piloto para asegurar la funcionalidad de los nuevos sistemas.

Lo responsables de llevar acabo esta actividad son el técnico del sistema de gestión nuevo y nuestro recurso humano.

✓ Actividad 5 Optimización de Procesos

Implementar cambios en los procedimientos operativos basados en el nuevo sistema

Redefinir la gestión de la cadena de suministro para mejorar la eficiencia.

Establecer indicadores de desempeño para medir el éxito de las implementaciones.

Los responsables de esta actividad van hacer las personas del área de administración y las de logística.

✓ Actividad 6 Marketing y Comunicación

Desarrollar una campaña de marketing para dar a conocer las mejoras a clientes actuales y potenciales.

Crear contenido en redes sociales y sitio web sobre los nuevos servicios.

Fomentar la retroalimentación de los clientes sobre las nuevas experiencias.

La responsable de esto será la persona que esté a cargo del Marketing de la distribuidora.

✓ Actividad 7 Evaluación y Ajustes

Evaluar los resultados obtenidos con el nuevo sistema y procesos implementados.

Analizar los resultados del desempeño y realizar ajustes donde se considere necesario.

Generar un informe final que incluya conclusiones y recomendaciones para el futuro.

Los responsables de realizar esto será un consultor externo en conjunto con personal del área administrativa de Eunice. (Ver Anexo pág. 24)

## **6.6 Recursos necesarios**

Los recursos que se van a necesitar para llevar adelante este proyecto son en la parte tecnológica el software de gestión, la plataforma y los hardware que sean necesario, en los recursos financiero hacemos referencia al presupuesto para la adquisición de la tecnología a implementar con sus respectivos técnicos para la instalación, la compra de ser necesario de Tablet y uno de los recursos claves es el humano es decir todas las personas que trabajan en la distribuidora a la cual se la va a capacitar con consultores externos especializados en la temática.

## **Conclusión**

En conclusión, podemos decir el estado actual de la distribuidora Eunice en Río Gallegos, Santa Cruz, revela un panorama que, si bien presenta áreas de oportunidad, también subraya la necesidad de transformaciones estratégicas para asegurar su crecimiento en el futuro. La implementación de nuevas tecnologías, como la automatización de procesos, el desarrollo de un sistema de gestión ERP, y la integración de herramientas analíticas, se perfilan como pilares fundamentales para mejorar la eficiencia operativa y aumentar la satisfacción del cliente.

Por lo tanto, resulta evidente que la evolución tecnológica no solo es posible, sino esencial para que la distribuidora Eunice se adapte a un mercado cada vez más competitivo. Si se lleva a cabo un plan estratégico bien definido, Eunice no solo podrá mejorar su posicionamiento en el mercado, sino también garantizar su sostenibilidad y éxito a largo plazo. Este trabajo de investigación destaca la importancia de la innovación en la industria de la distribución y ofrece un camino claro hacia el futuro para la distribuidora Eunice en Río gallegos.

## **Bibliografía**

Ortiz, S. (2020) Evolución de la teoría administrativa. En administración general I, Modulo 2°. UTN

Ortiz, S. (2022) Tendencias del diseño organizacional. En administración general II, Modulo 5°. UTN

Ortiz, S. (2022) La innovación. En administracion general II, Modulo 12°. UTN

Ortiz, S. (2022) La innovación tecnológica. En administracion general II, Modulo 13°. UTN

Vázquez A. (2023) Diagnostico organizacional. En seminario III, Modulo 6°. UTN

Vázquez A. (2023) Cambio organizacional. En seminario III, Modulo 10°. UTN

Vázquez A. (2023) Cambio organizacional parte II. En seminario III, Modulo 11°. UTN

Zampiarri Hernandez R. Metodología de la investigación. Quinta Edición. Mc Graw Hill

Flexxus. (2024). Software y sistemas de gestión para distribuidores y mayoristas.  
<https://www.flexxus.com.ar>

## **Anexo**

### **Modelo de encuesta realizada**

Encuesta: Análisis de variabilidad para implementar aplicación en la toma de pedidos en una Distribuidora de embutidos y lácteos de Rio gallegos.

Este cuestionario tiene como finalidad la obtención de datos para ser utilizados en el Trabajo final de graduación. " PLAN DE CRECIMIENTO EN LA DISTRIBUIDORA EUNICE DE RIO GALLEGOS SANTA CRUZ " para la Tecnicatura Universitaria en Administración de la UTN. Los datos recolectados son confidenciales y solo para uso académico.

1- Edad

20 a 35

36 a 50

50 en adelante

2- A qué se dedica

Tiene o atiende un kiosco

Tiene o trabaja en una rotisería

Realiza comidas / cosas dulces desde su casa a pedido

Tiene o trabaja una fiambrería

Tiene o trabaja un almacén

Tiene o trabaja en una pastelería

3- La compra de mercadería es por:

Levantamiento de pedido por medio de un proveedor en el local

Se acerca usted al mayorista / mercados a comprar

Hace los pedidos vía Whatsapp

Hace los pedidos vía llamada telefónica

4- ¿Considera importante la implementación de una nueva aplicación para la toma de pedidos?

Muy importante

Importante

Neutral

Poco importante

Nada importante

5- ¿Cree que una aplicación móvil para la toma de pedidos mejoraría la eficiencia en el proceso?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Neutral

En desacuerdo

Totalmente en desacuerdo

6- ¿Qué tipo de dispositivo usaría para realizar pedidos en una nueva aplicación?

Smartphone

Tablet

Computadora

No estoy interesado en utilizar una aplicación

7- ¿Cuál considera que es el principal beneficio de implementar un sistema digital para la toma de pedidos con el stock actualizado?

Reducción de errores

Ahorro de tiempo

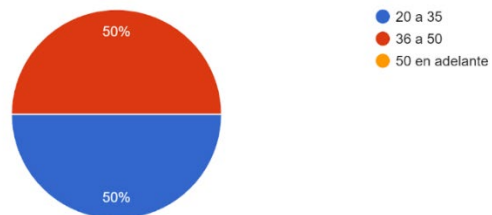
Mejora en la atención al cliente

Poder realizarlo en cualquier momento del día

## 10.2. GRAFICOS

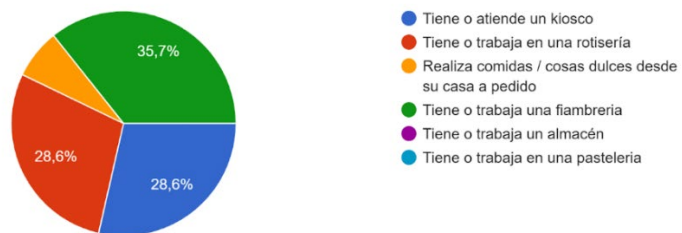
1.

1- Edad  
14 respuestas



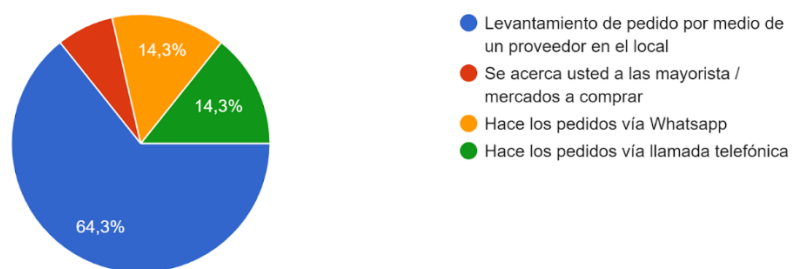
2.

2- A que se dedica  
14 respuestas



3.

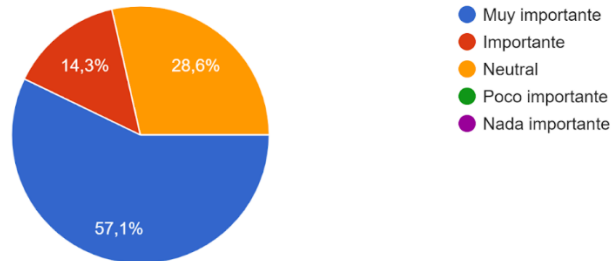
3- La compra de mercadería es por :  
14 respuestas



4.

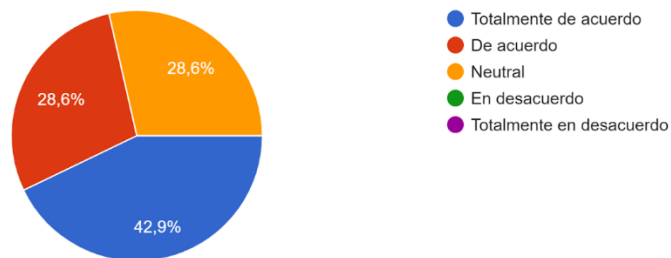
4- ¿Considera importante la implementación de una nueva aplicación para la toma de pedidos?

14 respuestas



5- ¿Cree que una aplicación móvil para la toma de pedidos mejoraría la eficiencia en el proceso?

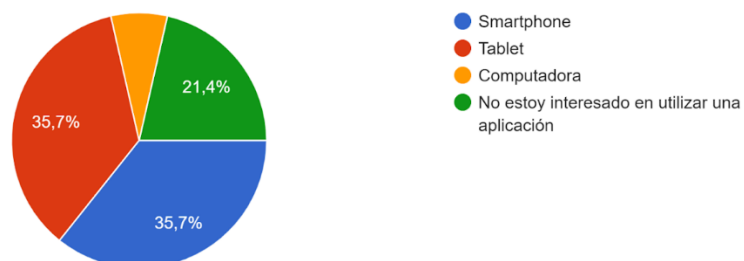
14 respuestas



6.

6- ¿Qué tipo de dispositivo usaría para realizar pedidos en una nueva aplicación ?

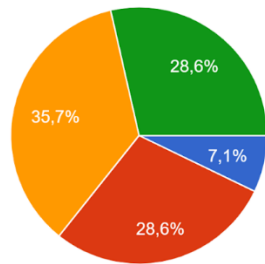
14 respuestas



7.

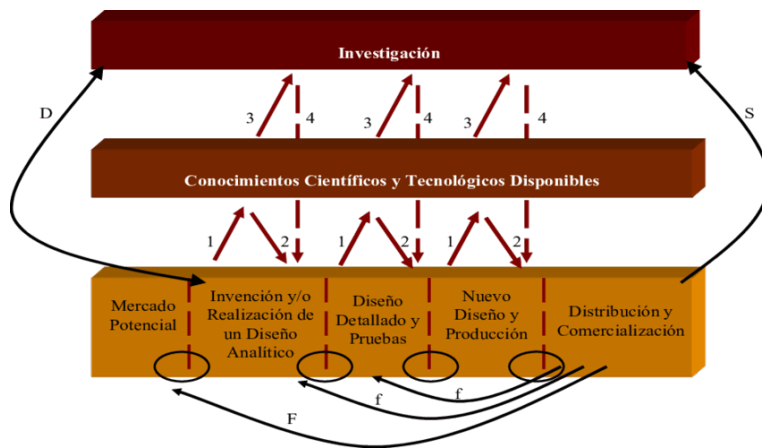
7- ¿Cuál considera que es el principal beneficio de implementar un sistema digital para la toma de pedidos con el stock actualizado?

14 respuestas

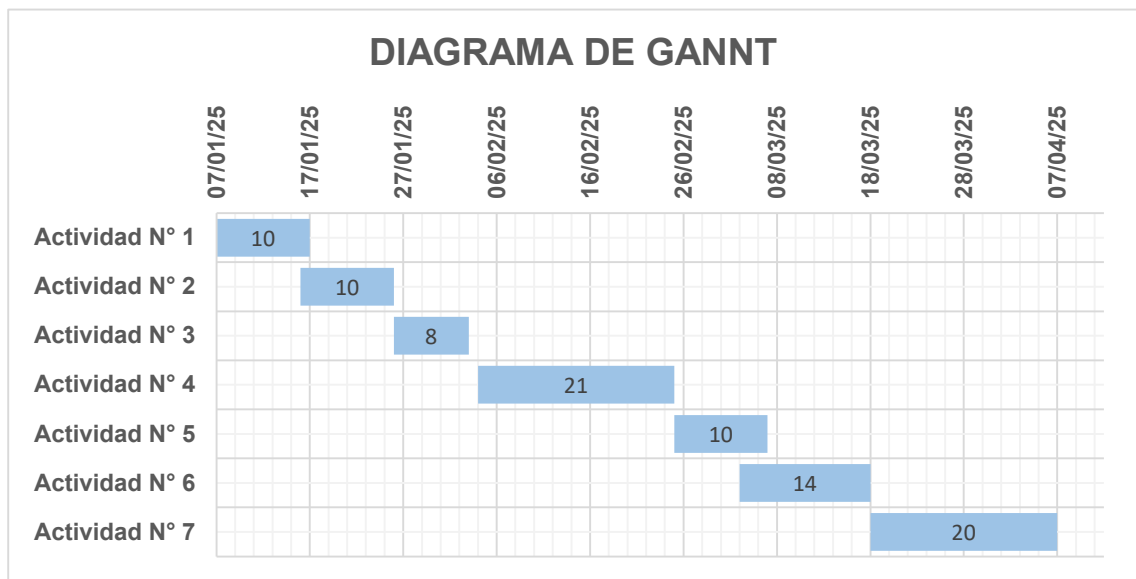


- Reducción de errores
- Ahorro de tiempo
- Mejora en la atención al cliente
- Poder realizarlo en cualquier momento del día

**Modelo de cadena – eslabón (modelo de Kline)**



## Diagrama de Gannt



N°Actividad	Inicio	Dias	Final
Actividad N° 1	7/1/2025	10	17/1/2025
Actividad N° 2	16/1/2025	10	26/1/2025
Actividad N° 3	26/1/2025	8	4/2/2025
Actividad N° 4	4/2/2025	21	25/2/2025
Actividad N° 5	25/2/2025	10	6/3/2025
Actividad N° 6	4/3/2025	14	28/3/2025
Actividad N° 7	18/3/2025	20	8/4/2025