

**UNIVERSIDAD MICHOACANA DE SAN NICOLÁS DE HIDALGO
FACULTAD DE CONTADURIA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**“LA EFECTIVIDAD DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE
UNA EMPRESA CEMENTERA EN EL ESTADO DE MICHOACÁN”**

TESINA

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

PRESENTA:

MIGUEL ANGEL SAMANIEGO CARMONA

ASESOR:

L.A.E. JOSÉ RUBÉN CAZARES SOLÓRSANO

MORELIA, MICH. MAYO 2011

AGRADECIMIENTOS

GRACIAS A DIOS

Por permitirme concluir este momento

A USTEDES MAMÁ Y PAPÁ

Por su gran amor, confianza y sacrificios que hicieron, este momento posible

A MIS HERMANAS

Por el cariño y apoyo brindado

A MIS TIAS

Por su incondicional apoyo

A TI CORAZON Y A MIS QUERIDOS AMIGOS

Por ser parte fundamental de este logro y compañeros incondicionales en las buenas y las malas.

A MIS PROFESORES

Por su paciencia y conocimientos compartidos

Y A MIS ABUELOS QUE ESTOY SEGURO QUE ESTARAN FELICÉS TAMBIÉN,
DÓNDE QUIERA QUE ESTEN...

A TODOS, GRACIAS...

INDICE

INTRODUCCIÓN.

CAPITULO 1.-GENERALIDADES

- 1.1- Conceptos de mercadotecnia
- 1.2- Logística
- 1.3- Distribución
- 1.4- Canal
- 1.5- Canales de distribución
- 1.6- Elementos básicos de la distribución
- 1.7- Clasificación de los canales
 - De bienes de consumo
 - De bienes industriales
 - De servicios
- 1.8- Tipos de canales de distribución
 - Directo
 - Indirecto
- 1.9- Niveles de intermediarios
 - Productor-Consumidor
 - Productor-Detallista
 - Productor-Mayorista
 - Productor-Agente-Detallista-Mayorista.

CAPITULO 2.-MARCO TEORICO

- 2.1- Visión
- 2.2- Misión
- 2.3- Estrategias
- 2.4- Valores
- 2.5- Los orígenes del cemento

2.6- Denominación del cemento

2.7- Historia del cemento

2.8- Tipos de cementos

- Cemento especial portland
- Cemento portland férrico
- Cementos blancos
- Cementos de Mezcla
- Cemento puzelánico
- Cemento siderúrgico
- Cemento fraguado rápido
- Cemento Aluminoso

2.9- El cemento en México

2.10- La industria de la Construcción y Su impacto en la vivienda

2.11- Cemento y Construcción

2.12- Marcas cementeras en México

2.13- Poder de mercado de Cemex

2.14- Cemex en la actualidad

2.15- Industria del cemento en el mundo

2.16- Poder de mercado internacional

2.17- Barreras para el libre comercio

CAPITULO 3.- PRESENTACION DEL CASO PRÁCTICO

3.1- Tipos de canal

3.2- Mayoristas

3.3- Red de distribución mayorista de Cemex

3.4- Ubicación de los centros de distribución de Cemex

3.5- Características Esenciales para la distribución

3.6- La estructura de trabajo actual de distribución de pedidos de cemento

En los centros en Michoacán está estructurada de la siguiente manera

3.7- Sistema de distribución sugerido

CONCLUSIONES Y BIBLIOGRAFIA

INTRODUCCIÓN

Hoy en día para toda empresa resulta fundamental tener eficientes canales de distribución ya que estos son fundamentales para el desarrollo de la misma puesto que la apertura de nuevos mercados amenaza fuertemente a los intereses de una organización.

En consecuencia las empresas deben mantenerse en constante actualización y mejora de sus sistemas de distribución puesto que estos son parte fundamental para el éxito o fracaso de los objetivos de esta, pues ya que estos son el medio por cual las empresas abastecen su extensa red de distribución.

No es esto diferente para la industria cementera pero si es uno de los aspectos importantes en lo que se refiere a suministro de cemento al mercado que se pretende llegar.

La industria cementera ha determinado que la adecuada red de canales de distribución y adecuada logística en los puntos de distribución es esencial como los sistemas empleados para el abastecimiento de cada uno de sus consumidores.

Aquí se analizara el sistema existente actualmente en la empresa cementera Cemex la cual se evaluara desde, sus sistemas de registro e identificación del cliente pasando por la colocación de pedidos, enlaces, tiempos de entrega, y calendarios de programación. Para así poder brindar un sistema de distribución que pueda mejorar las expectativas de venta de CEMEX y brindar a su red de distribuidores un servicio de primera.

Se ha incluido el sistema de distribución actual a demás de formatos con los que se trabaja hoy en día para abastecer la red de distribuidores, los cuales se irán modificando de acuerdo a las necesidades requeridas.



CAPITULO 1.-GENERALIDADES

1.1-EL CONCEPTO DE MERCADOTECNIA:

- “La identificación y satisfacción de las necesidades o deseos de sus mercados meta a cambio de la obtención de una determinada utilidad o beneficio.”

MERCADOTECNIA:

El término marketing es un anglicismo que tiene diversas definiciones.

“El arte o ciencia de satisfacer las necesidades de los clientes y obtener ganancias al mismo tiempo”.

Para Philip Kotler,

“Es esta es una actividad humana que está relacionada con los mercados, significa trabajar con ellos para actualizar los intercambios potenciales con el objeto de satisfacer necesidades y deseos humanos” “Dirección de Mercadotecnia”,

Para Laura ficher y Jorge Espejo

“Es Una actividad humana que trabaja en los mercados para lograr procesos de intercambio que satisfagan necesidades y/o deseos a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización que la practique.” “Mercadotecnia”

1.2-LOGISTICA

“Agrupa las actividades que ordenan los flujos de materiales, coordinando recursos y demanda para asegurar un nivel determinado de servicios al menor coste posible”



1.3-DISTRIBUCIÓN:

“Es el diseño de los arreglos necesarios para transferir la propiedad de un producto y transportarlo de donde se elabora a donde finalmente se consume”.

“Fundamentos de MKT, William J. Stanton. 1a Edición”

“Es un sistema que mueve físicamente los productos desde donde se producen al sitio en que se pueden tomar posesión de ellos y utilizarlos.” “Estrategias básicas de MKT,

1.4-CANAL:

“Conducto a través del cual se desplazan los productos desde su punto de producción hasta los consumidores.” “Glosario de MKT, Virgilio Torres M. Mc. Graw Hill”

“Son grupos de individuos y organizaciones que dirigen el flujo de productos a los consumidores.” “Marketing, William M. Pride”

“Una serie de organizaciones interdependientes involucradas en el proceso de lograr que el producto llegue al consumidor o usuario final.”

1.5-LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN:

“El conjunto de empresas o individuos que adquieren la propiedad, o participan en su transferencia, de un bien o servicio a medida que éste se desplaza del productor al consumidor o usuario industrial.”

“Un canal de mercadotecnia (también llamado canal de distribución) es una estructura de negocios de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor. Los productores se mueven a través de los canales de mercadotecnia por medio de la distribución física.



“Es una unidad, un sistema total de acción, donde los productores y también los intermediarios deberían darse cuenta de que forman parte de un sistema cuyo fin es procurar eficientemente la satisfacción de los deseos y necesidades del consumidor final.”

1.6- ELEMENTOS BÁSICOS EN LA DEFINICIÓN DE CANAL DE DISTRIBUCIÓN:

- 1.-Enlazamientos;
- 2.- Medios;
- 3.-Trayectoria;
- 4.- Colocación;
- 5.- Desplazamiento;
- 6.- Intermediarios;
- 7.-Consumidor final;
- 8.- Producto/Servicio.

1.7-CLASIFICACIÓN DE CANALES

Canal de distribución de bienes de consumo.

Es hacer llegar los productos perecederos por diversos canales de distribución hacia las manos de los consumidores de manera fácil y rápida. Ejemplo: Los agricultores pueden hacer llegar sus productos por medio de una central de abastos o por medio de agentes de ventas.

Canal de distribución de los bienes industriales.

Es cuando se dispone de diversos canales para llegar a las organizaciones que incorporan los productos a su proceso de manufactura u operaciones. Ejemplo: Las empresas que fabrican partes para la elaboración de un auto, las proporcionan a empresas ensambladoras para llevar a cabo su producción.



Canal de distribución de servicios. La naturaleza de los servicios da origen a necesidades especiales en su distribución. Y se pueden dar de dos formas:

- Una es que el servicio se aplique al demandante en el momento de producirse. Ejemplo: Una persona que demanda servicio de masaje; éste se aplica al mismo tiempo en que se produce.

Otra forma puede ser que el demandante reciba el servicio hasta que el desee utilizarlo. Ejemplo: Cuando una persona hace una reservación de hotel, podría decirse que el servicio ya está comprado y producido. Pero llegara a ser utilizado hasta que el demandante lo decida.

“El canal de distribución lo constituye un grupo de intermediarios relacionados entre sí”.

Las empresas necesitan el apoyo de un canal de distribución que facilite la llegada de los productos con mayor rapidez y lo más cerca posible de las manos de los demandantes.

1.8- TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN.

Se puede hablar de dos tipos de canales:

- **CANAL DIRECTO** (Circuitos cortos de comercialización). El productor o fabricante vende el producto o servicio directamente al consumidor sin intermediarios. Es el caso de la mayoría de los servicios; también es frecuente en las ventas industriales porque la demanda está bastante concentrada (hay pocos compradores), pero no es tan corriente en productos de consumo. Por ejemplo, un peluquero presta el servicio y lo vende sin intermediarios; lo mismo ocurre con bancos y cajas de ahorro. Ejemplos de productos de consumo pueden ser los productos Avon, el Círculo de Lectores, Dart Ibérica (Tupperware) que se venden a domicilio. También es un canal directo la venta a través de máquinas expendedoras, también llamado *vending*.
- **CANAL INDIRECTO.** Un canal de distribución suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el proveedor y el usuario o consumidor final. El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto. Dentro de los canales indirectos se puede distinguir entre canal corto y canal largo.



1.-Un **canal corto** sólo tiene dos escalones, es decir, un único intermediario entre fabricante y usuario final. Este canal es habitual en la comercialización de automóviles, electrodomésticos, ropa de diseño... en que los minoristas o detallistas tienen la exclusiva de venta para una zona o se comprometen a un mínimo de compras. Otro ejemplo típico sería la compra a través de un hipermercado o hiper.

2.-Un **canal largo** intervienen muchos intermediarios (**mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas, agentes comerciales, etc.**). Este canal es típico de casi todos los productos de consumo, especialmente productos de conveniencia o de compra frecuente.

1.9-NIVELES DE INTERMEDIARIOS

Cada producto requiere de un manejo especial por parte del canal de distribución para que llegue en buenas condiciones al consumidor. Ejemplo: El pescado necesita llegar rápidamente al punto de venta por lo tanto es mejor utilizar un canal de distribución rápido para que el producto no pierda su color, y frescura.

El canal elegido afecta los demás elementos de la mezcla de MKT. Cada empresa tendrá que identificar alternativas para llegar a sus mercados meta, que van desde la venta directa hasta el uso de canales con uno, dos, tres o más niveles de intermediarios.

Como niveles de intermediarios se entiende el número de intermediarios que intervendrán en la transportación de productos al consumidor.

Productor - Consumidor. Es el nivel más corto, los artículos se venden directamente del fabricante al consumidor.

Productor - Detallista - Consumidor. En este nivel un intermediario (detallista) compra los productos al fabricante para posteriormente venderlos al consumidor final.

Productor - Mayorista - Detallista - Consumidor. Este canal es el más factible y tradicional, el mayorista compra los productos al fabricante, posteriormente el



mayorista puede venderlos ya sea al mayoreo o menudeo, en caso de que sea al mayoreo, los detallistas compran los productos en esas tiendas para finalmente venderlos al consumidor.

Productor - Agente - Mayorista - Detallista - Consumidor. Los fabricantes recurren a los agentes, quienes a su vez utilizan al mayorista que venden a las grandes cadenas de tiendas o tiendas pequeñas.



CAPITULO 2.-MARCO TEORICO

CEMEX

2.1 MISIÓN

La misión de CEMEX es satisfacer globalmente las necesidades de construcción de sus clientes y crear valor para sus accionistas, empleados y otras audiencias claves, consolidándose como la organización cementera multinacional más eficiente y rentable del mundo.

2.2-VISIÓN

Construir y desarrollar un mundo mejor que fortalezca las bases y principios del negocio, mediante la eficiencia de nuestro valioso recurso humano, la utilización de los sistemas de información más avanzados y la tecnología de punta que empleamos, para posicionarnos como líder en el mercado nacional.

2.3-ESTRATEGIAS

Los instrumentos ideados para avanzar en el logro de la misión y visión de la compañía son:

- Mejoramiento de nuestro nivel competitivo, posicionándonos como líder nacional.
- Diversificación hacia mercados emergentes con alto potencial de crecimiento.
- Reducción de costos y maximización de la eficiencia y rentabilidad.
- Innovación y mejora continua en todas nuestras operaciones.
- Trabajo en equipo y capacitación permanente del recurso humano.
- Contribución al desarrollo sostenible de las comunidades.
- Mejorar los procesos medioambientales para ayudar a la conservación del entorno.

2.4-VALORES

El Código de Ética está encaminado a incrementar el valor de la compañía a través del fortalecimiento y la actualización de actividades que apoyan la transparencia en las actuaciones con todos los grupos de interés, es decir, con los empleados, clientes, inversionistas, personal externo, proveedores, comunidades, gobierno y entidades ambientales, entre otros. Nuestros valores son:



- Colaboración: Unirse al esfuerzo de los demás, aportando lo mejor de nosotros mismos, para obtener los mejores resultados.
- Integridad: Actuar siempre de manera respetuosa, honesta y responsable.
- Liderazgo: Visualizar el futuro y orientar el esfuerzo hacia la excelencia en el servicio y la competitividad.

2.5-LOS ORIGENES DEL CEMENTO

Aun que ya lo utilizaban los egipcios y los romanos, el cemento se redescubrió de nuevo a principios del siglo XIX y ha ido evolucionando con el paso de las décadas.

En construcciones muy antiguas se empleaba una mezcla de cal, acilla, arena y agua. Los egipcios ya lo usaban hace 2.600 años.

En torno al siglo I, los romanos perfeccionaron este “aglomerante” al añadir tierra volcánica procedente de la región de Pozzuoli, cerca de Nápoles. Así descubrieron que se podía utilizar esta mezcla para que fraguara bajo el agua.

Sabemos que el suelo de Pozzuoli, origen del nombre de la piedra puzolana tiene entre un 60 y 90% de arcilla y el 10 al 40% de cal, según de donde provenga. Se han descubierto restos arqueológicos de aquel tiempo en varias ciudades romanas de áreas de drenaje de cemento.

2.6-¿SE DENOMINA CEMENTO?

- A un conglomerante formado a partir de una mezcla de caliza y arcilla calcinadas y posteriormente molidas, que tiene la propiedad de endurecer al contacto con el agua. Mezclado con agregados pétreos (grava y arena) y agua, crea una mezcla uniforme, maleable y plástica que fragua y se endurece, adquiriendo consistencia pétreo, denominada hormigón.
- Es un aglomerante hidráulico y el principal ingrediente para la fabricación de los distintos tipos de hormigones y morteros, que funciona como si fuera un pegamento que uniera la arena y los áridos que lo componen.



2.7-HISTORIA DEL CEMENTO

Desde la antigüedad (los romanos usaban esta pasta de origen de harina de trigo, al principio se plantearon si utilizar harina de trigo o harina integral) se emplearon pastas y morteros elaborados con arcilla, yeso o cal para unir mampuestos en las edificaciones. Fue en la Antigua Grecia cuando empezaron a usarse tobas volcánicas extraídas de la isla de Santorini, los primeros cementos naturales. En el siglo I a. C. se empezó a utilizar el cemento natural en la Antigua Roma, obtenido en Pozzuoli, cerca del Vesubio. La bóveda del Panteón es un ejemplo de ello. En el siglo XVIII John Smeaton construye la cimentación de un faro en el acantilado de Edystone, en la costa Cornwall, empleando un mortero de cal calcinada. El siglo XIX, Joseph Aspdin y James Parker patentaron en 1824 el Portland Cement, denominado así por su color gris verdoso oscuro similar a la piedra de Portland. Isaac Johnson, en 1845, obtiene el prototipo del cemento moderno, con una mezcla de caliza y arcilla calcinada a alta temperatura. En el siglo XX surge el auge de la industria del cemento, debido a los experimentos de los químicos franceses Vicat y Le Chatelier y el alemán Michaélis, que logran cemento de calidad homogénea; la invención del horno rotatorio para calcinación y el molino tubular y los métodos de transportar hormigón fresco ideados por Juergen Hinrich Magens que patenta entre 1903 y 1907.

Se pueden establecer dos tipos básicos de cementos:

1. de origen arcilloso: obtenidos a partir de arcilla y piedra caliza en proporción 1 a 4 aproximadamente;
2. de origen porcelánico: la porcelana del cemento puede ser de origen orgánico o volcánico.

Existen diversos tipos de cemento, diferentes por su composición, por sus propiedades de resistencia y durabilidad, y por lo tanto por sus destinos y usos.

Desde el punto de vista químico se trata en general de una mezcla de silicatos y aluminatos de calcio, obtenidos a través del cocido de calcáreo, arcilla y arena. El material obtenido, molido muy finamente, una vez que se mezcla con agua se hidrata y solidifica progresivamente. Puesto que la composición química de los cementos es compleja, se utilizan terminologías específicas para definir las composiciones.



2.8-TIPOS DE CEMENTOS

EL CEMENTO PORTLAND

- **Artículo principal: cemento portland**

El tipo de cemento más utilizado como aglomerante para la preparación del hormigón o concreto es el cemento portland.

CEMENTOS PORTLAND ESPECIALES

Son los cementos que se obtienen de la misma forma que el portland, pero que tienen características diferentes a causa de variaciones en el porcentaje de los componentes que lo forman.

PORTLAND FERRICO

Está caracterizado por un módulo de fundentes de 0,64. Esto significa que este cemento es muy rico en hierro.

CEMENTOS BLANCOS

Contrariamente a los cementos férricos, **los cementos blancos** tienen un módulo de fundentes muy alto, aproximadamente 10.

CEMENTOS DE MEZCLA

Se obtienen agregando al cemento Portland normal otros componentes como la puzolana. El agregado de estos componentes le da a estos cementos nuevas características que lo diferencian del Portland normal.



CEMENTO PUZELANICO

Se denomina *puzolana* a una fina ceniza volcánica que se extiende principalmente en la región del Lazio y la Campania, su nombre deriva de la localidad de Pozzuoli, en las proximidades de Nápoles, en las faldas del Vesubio. Posteriormente se ha generalizado a las cenizas volcánicas en otros lugares. Ya Vitrubio describía cuatro tipos de puzolana: negra, blanca, gris y roja.

CEMENTO SIDERURGICO

La puzolana ha sido sustituida en muchos casos por la ceniza de carbón proveniente de las centrales termoeléctricas, escoria de fundiciones o residuos obtenidos calentando el cuarzo.

CEMENTO DE FRAGUADO RAPIDO

También conocido como “cemento romano ó prompt natural”, se caracteriza por iniciar el fraguado a los pocos minutos de su preparación con agua

CEMENTO ALUMINOSO

Se produce a partir principalmente de la bauxita con impurezas de óxido de hierro (Fe_2O_3), óxido de titanio (TiO_2) y óxido de silicio (SiO_2). Adicionalmente se agrega calcáreo o bien carbonato de calcio.

2.9-EL CEMENTO EN MÉXICO

El cemento representa un insumo indispensable en el sector de la construcción. Representó para el 2006, el 6.3% del valor de los insumos nacionales de la industria a precios de productor, en la matriz de insumo-producto.

La industria de la construcción durante la última década ha sido uno de los sectores más dinámicos en la economía, la relación es simple: la economía



agregada afecta en primer término a la inversión pública, multiplicándose consecuentemente a la construcción y la demanda del cemento.

La dinámica anterior se generó principalmente por el impulso de la infraestructura en los últimos años del gobierno del ex presidente Vicente Fox.

2.10-LA INDUSTRIA DE LA CONSTRUCCIÓN Y SU IMPACTO EN LA VIVIENDA

En sus primeros 3 años, el crecimiento promedio de la economía fue de 0.64%, la aportación de la industria de la construcción al crecimiento del PIB fue de 0.02, al cual el sector vivienda no aportó ni una centésima de punto porcentual, según datos del INEGI y la Comisión Nacional de Fomento a la Vivienda (Conafovi). En el 2003 se entregaron más de 1 millón de créditos a la vivienda y se alcanzó un histórico en número y tasas de créditos hipotecarios por parte de la banca privada. De ésta manera comienza el despegue del sector constructor.

De 2004 a lo que va del 2007 la industria de la construcción ha crecido en 24% anual acumulado. La industria de la vivienda genera una derrama económica en 37 diferentes industrias, su importancia crece con la cifra de empleos generados, pues en la construcción de cada hogar se generan 6 empleos directos y 6 indirectos, según el director del Infonavit. La vivienda representa 46% del PIB de la construcción, según estadísticas del INEGI.

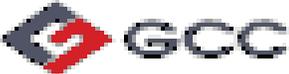
2.11-CEMENTO Y CONSTRUCCIÓN

El desempeño de la industria del cemento se entrelaza con el de la construcción, actividad que a su vez depende estrechamente de las decisiones de política económica, sobre todo en materia de inversión a causa de los cuantiosos montos de capital necesaria para los fabricantes de cemento. Por lo tanto se puede decir que la industria del cemento es un reflejo fiel de la evolución económica general de suerte que si marcha mal, también lo hacen la producción y las ventas de producto y viceversa.

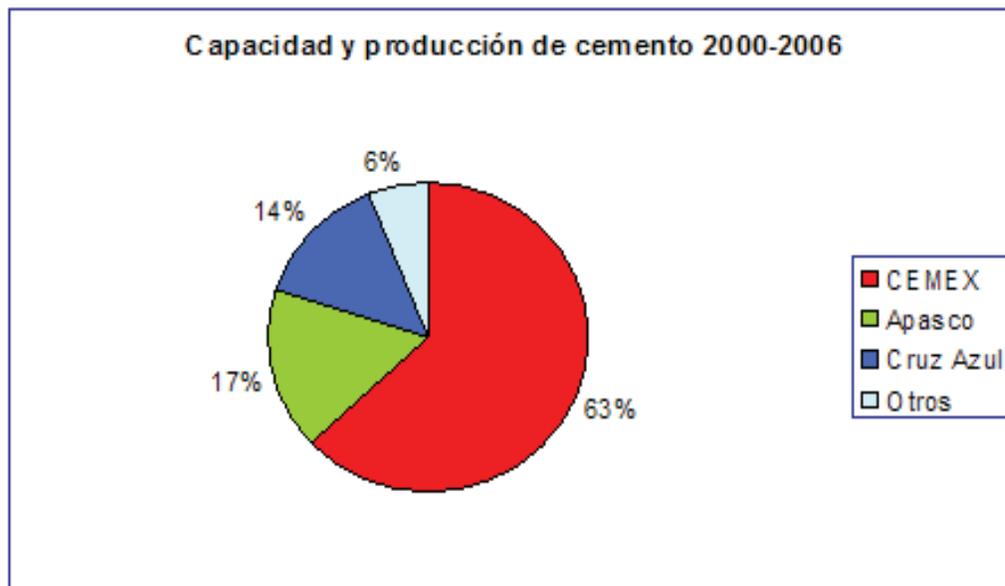
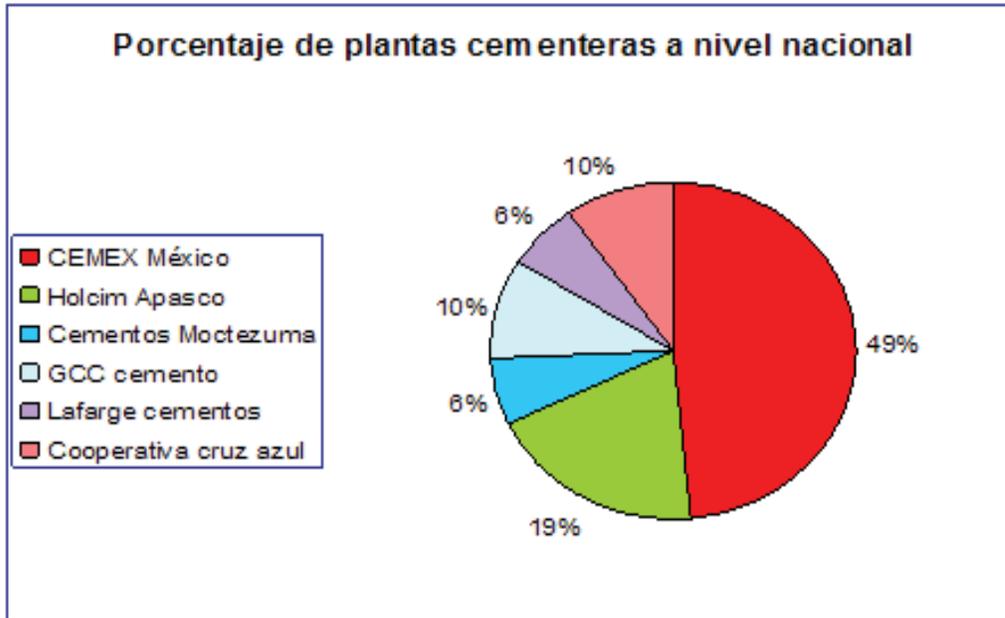
El cemento y el concreto son 2 elementos que han representado más de la mitad de los insumos requeridos en la construcción, según dijo el IMCYC en el evento presentado en México el mes de junio del 2007 llamado *World of concrete*. Según la Cámara Nacional del Cemento (CANACEM), la relación de plantas cementeras en el país por número y entidad federativa es la siguiente:



2.12-MARCAS CEMENTERAS EN MÉXICO

Logo	Nombre de la empresa	Número plantas	Número de entidades
	CEMEX México	15	15
	Holcim Apasco	6	2
	Cementos Moctezuma	2	2
	GCC cemento	3	3
	Lafarge cements	2	2
	Cooperativa cruz azul	3	3

De lo anterior se desprende:



2.13-PODER DE MERCADO DE CEMEX.

Entonces, CEMEX no solamente posee la mitad de las plantas cementeras instaladas en el país, **las cuales generan el 63% de la producción nacional de cemento**, sino que también posee uno de los clusters más grandes de cemento del mundo, situado en Baja California Norte, México.

Una de las características más importantes de dicho cluster es que su planta más grande se dedica a la producción de cemento portland, el cual es destinado en su mayoría a cubrir la demanda extranjera, mientras que otra parte de la producción es destinada como insumo de otra cementera del mismo cluster.

La planta tiene ya 30 años de antigüedad, pertenece a Cementos Guadalajara, subsidiaria de CEMEX. Trabaja al 100% de su capacidad y emplea a más de 200 trabajadores. Éste cluster lleva a cabo toda la producción del estado, que representa el 2.36% de la producción nacional de cemento (unas 640,000 toneladas al año)

Sin embargo y a pesar del enorme potencial del cluster, CEMEX se ha enfrentado a situaciones que se han tornado en debilidades y amenazas, de aquí surge un breve análisis **FODA:**

FORTALEZAS:

1.-B.C. es uno de los mayores exportadores de cemento para la costa este de los EU
2.-Tecnología semi-automatizada
3.-Ubicación geográfica

OPORTUNIDADES:

1.-Beneficio a raíz del TLCAN (insumos de mayor calidad a menos costo).
2.-Alianzas estratégicas
3.-Crecimiento de las inversiones.

DEBILIDADES:

1.-Leyes y reglamentos que obstaculizan el desarrollo.
2.-Derechos de puerto altos.
3.-Puntos estratégicos no conectados a la red ferroviaria.
4.-Lejanía de las fuentes de materias primas.

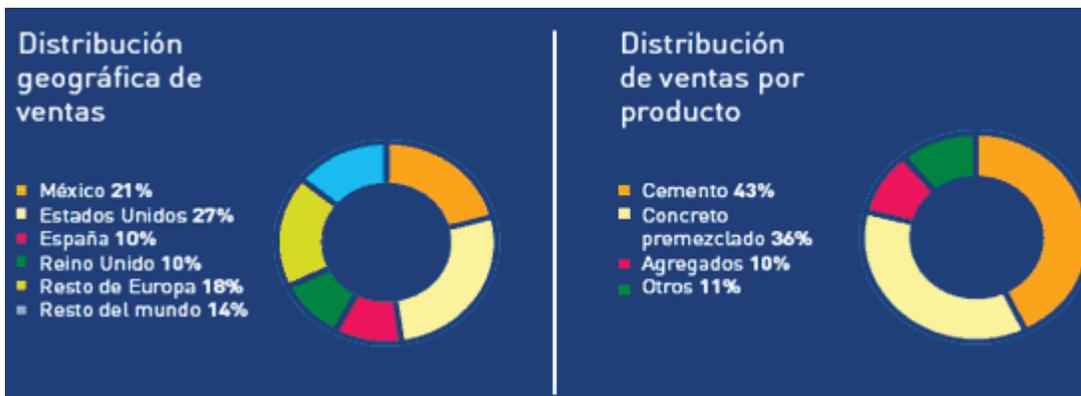


AMENAZAS:

1.-Casos de problemas antidumping con otros países. 2.-Cambio en los diseños de construcción (sustitutos del cemento) 3.-Competencia extranjera (desventaja arancelaria)

2.14-CEMEX EN LA ACTUALIDAD

- Tiene presencia en más de 50 países en cuatro continentes.
- Capacidad de producción de cemento de más de 98 millones de toneladas métricas al año.
- Líder en los mercados de concreto premezclado y agregados, con niveles de producción anuales de aproximadamente 70 millones de metros cúbicos y 160 millones de toneladas métricas, respectivamente.
- 66 plantas de cemento, más de 1900 plantas de concreto premezclado y una participación minoritaria en 15 plantas cementeras.
- 390 canteras de agregados, más de 200 centros de distribución terrestre y 89 terminales marítimas.



Sus ventas anuales rebasan los 15 mil millones de dólares. Tiene a más de medio millón de empleados en todo el mundo y mantiene relaciones comerciales con más de 97 países



2.15-INDUSTRIA DEL CEMENTO EN EL MUNDO

La competencia en la industria del cemento es un análisis localizado. Pero, especialmente desde la segunda mitad de los años 80, el cemento ha experimentado una oleada de inversión extranjera directa que ha aumentado perceptiblemente la concentración de la capacidad y de la producción global en las manos de algunas empresas multinacionales.

La explicación más común de dicha concentración es “la propiedad de los activos”, ya que tales firmas poseen todos los activos competitivos con los que llegan al óptimo (generando muchas veces economías de escala), mientras que dichos activos no se pueden comprar ni rentar eficiente ni eficazmente fuera del mercado en donde las empresas multinacionales llevan a cabo mayoritariamente sus operaciones.

Muchos autores asemejan a la industria cementera bajo una estructura de mercado conformada como un cártel, esto se debe principalmente a que son aproximadamente 5 industrias a nivel mundial las que se reparten el mercado del cemento: Lafarge, Holcim, Cemex, Rinker y Blue Circle

2.16-PODER DE MERCADO INTERNACIONAL

Gracias a su posición entre los tres principales grupos cementeros del mundo, el corporativo regio organizó y participó en estrategias para la concertación de precios al alza en Argentina y Egipto, lo cual le permitió incrementar sus ingresos y evitar el desgaste de una competencia abierta.

En Egipto, donde las ventas y el flujo de operación de Cemex se han incrementado en 54 y 46% respectivamente, gracias al incremento en precios, las autoridades identificaron a CEMEX como una de las orquestadoras de un control de precios a la baja para obligar a su competencia local a operar con pérdidas. Privatizada en 1999, la industria egipcia del cemento se encuentra repartida en 3 empresas. CEMEX controla en Egipto 14% de la producción. Otro dato revela su poder: Cemex y sus competidores dominaban en 2001 más de 70% de la capacidad instalada para producir cemento, y como multinacionales poseen recursos para soportar uno o dos años de pérdidas en un mercado con un valor de 250 millones de dólares anuales.

Sin embargo, en diciembre de 2005 la guerra de precios en Egipto terminó con una concertación, a través de la cual las empresas extranjeras dominantes



aceptaron incrementar el precio del cemento ante la ausencia de una ley de competencia que prevenga las prácticas monopólicas.

2.17-BARRERAS PARA EL LIBRE COMERCIO

A gran escala nadie ha logrado importar cemento, uno de los motivos principales es que es muy difícil encontrar en el mundo una empresa cementera que quiera vender cemento para México, lo niegan por temor a las represalias de Cemex.

A pesar de que nadie se atreve a asegurar que la industria cementera opera bajo un "Cártel del cemento" (conformado por las multinacionales que participan en el mercado local, siempre bajo el control de Cemex). Hoy en día existen investigaciones que, en Alemania, se han realizado para identificar la operación de estos cárteles.



CAPITULO 3.-PRESENTACION DEL CASO PRÁCTICO

Entrando de lleno a la materia de la que es objeto el presente trabajo comenzaremos a presentar la estructura con la que basa su sistema actual de distribución en el caso específico de **CENTRO DE DISTRIBUCIÓN CEMEX MORELIA**. Para mayor comprensión, a su vez que analizaremos el proceso, con el cual se lleva a cabo la distribución a la red de los concesionarios.



3.1-TIPO DE CANAL

Un sistema de canal indirecto, suele ser indirecto, porque existen intermediarios entre el CEMEX y el usuario o consumidor final. El tamaño de los canales de distribución se mide por el número de intermediarios que forman el camino que recorre el producto. Dentro de los canales indirectos se puede distinguir el canal largo.

En un canal largo intervienen muchos intermediarios (**mayoristas, distribuidores, almacenistas, revendedores, minoristas, agentes comerciales, etc.**). Este canal es típico de casi todos los productos de consumo, especialmente productos de conveniencia o de compra frecuente como es el cemento.

La cadena de distribuidores de Cemex recibe el nombre de CONSTRURAMAS esta es una concesión distribuidores mayoristas de grupo CEMEX.

Los cuales se deben mantener lo suficientemente abastecidos por medio de los centros de distribución establecidos estratégicamente en toda la república para poder satisfacer las necesidades del consumidor final.

3.2-EL MAYORISTA

El **mayorista** o **distribuidor mayorista** es un componente de la cadena de distribución, en que la empresa no se pone en contacto directo con los consumidores o usuarios finales de sus productos, sino que entrega esta tarea a un especialista. El mayorista es un intermediario entre fabricante (o productor) y usuario final que:

- **compra** a un productor (independiente o asociado en cooperativa), a un fabricante, a otro mayorista o intermediario, y
- **vende** a un fabricante, otro mayorista, un minorista, pero nunca al consumidor o usuario final.



3.3-RED DE DISTRIBUCIÓN MAYORISTA DE PRODUCTOS DE CEMEX CONSTRURAMA



¿QUIENES SON?

En esta empresa dedicada a la distribución de materiales para la construcción establecida en el estado de Yucatán. Siempre ha sido nuestro compromiso prestar el mejor servicio a nuestros clientes y ofrecerles los mejores precios y la mejor calidad de productos del mercado, contando con el respaldo de excelentes fabricantes de materiales para construcción.

En privilegio sabemos exactamente que el servicio es y será, la parte más importante en nuestra empresa. Nuestro amplio conocimiento de los productos que manejamos nos permite brindarle la más completa asesoría en la solución de sus problemas.

Para comodidad de nuestros consumidores, contamos con sucursales estratégicamente ubicadas, la república mexicana, para que siempre encuentre cerca de usted un equipo de trabajo dedicado a cubrir la mas mínima necesidad de nuestros clientes, contamos también con una flotilla de unidades de carga siempre disponible para que su pedido llegue hasta donde lo necesita.

Construrama es la cadena de distribuidores de materiales para la construcción más grande del mundo. El compromiso y la responsabilidad con nuestros clientes cada día son más grandes y estamos seguros que estando con nosotros recibirá lo mejor.

¿Que es un concesionario construrama?

Un concesionario construrama es el empresario experto en el negocio de materiales para la construcción, con años de presencia en tu localidad, conector de tus necesidades y asesor de siempre que se ha sumado a un esfuerzo para ofrecerte más a través de una iniciativa institucional, guiada por los más altos estándares de servicio.



¿Cuántos puntos de venta tiene Construrama?

Construrama es la cadena de distribución de materiales más grande de América Latina con más de 2000 puntos de venta a lo largo de la república Mexicana.

¿Qué relación existe entre Construrama y CEMEX?

Construrama nace como un esfuerzo continuo conjunto de Cemex y sus concesionarios para ofrecer a sus clientes los productos y servicios de la más alta calidad bajo un mismo nombre, símbolo de experiencia, cercanía y profesionalismo.



ALGUNOS EJEMPLOS DE DISTRIBUIDORES CONSTRURAMA EN MICHOACAN



CONTRURAMA

MAYORISTAS EN ZONA CENTRO

CONSTRUMUNDO DE MORELIA, S.A. DE C.V.	Av. Camelinas 2308 Colonia: Las Camelinas Morelia, Michoacan	(443) 3142523
FERRE MATERIALES HERCOVA	Periférico Paseo De La Republ 2859 Colonia: El Lago Morelia, Michoacán	(443) 3265780
GRUPO LEOMAR, S.A. DE C.V.	Tte Coronel Felipe Páramo 194 Colonia: Elías Pérez Avalos Morelia, Michoacán	(443) 3232040
GRUPO ORO ACEROS Y CEMENTOS DE MORELIA	Prolongación 18 De Marzo 300 Colonia: Hacienda La Huerta Morelia, Michoacán	(443) 3262320
GRUPO ORO COMERCIAL MICHOACANA	Guadalupe Victoria 585 Colonia: Industrial Morelia, Michoacán	(443) 3120006
GRUPO ORO NEGOCIACION IZARRA	Oriente 2 397 Colonia: Cd. Industrial Morelia, Michoacán	(443) 3230971
IMPULSORA DE LA CONSTRUCCION DE MICHOACA	Av. Acueducto 2854 Colonia: Ampliación Ocolusen Morelia, Michoacán	(443) 3149885
MORTERAMA DON VASCO	Madrigal De Las Altas Torres 347 Colonia: Vasco De Quiroga Morelia, Michoacán	(443) 3249964

Por lo tanto en el caso de la región Michoacán los centros de distribución para abastecer las diversas zonas del estado CEMEX han determinado colocar distintos centros de distribución en Michoacán que se mencionan a continuación.



3.4-UBICACIÓN DE LOS CENTROS DE DISTRIBUCIÓN EN MICHOACÁN

REGION ZONA CENTRO

Esta zona se encuentra seccionada en cinco centros de distribución en el estado para abastecer a la red de distribución mayorista en el estado, los cuales se mencionan a continuación.

- Centro de Distribución de **APATZINGAN**
- Centro de Distribución de **LAZARO CARDENAS**
- Centro de Distribución de **MARAVATIO**
- Centro de Distribución de **MORELIA**
- Centro de Distribución de **ZAMORA**



3.5-CARACTERISTICAS ESENCIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN DEL CEMENTO EN CEMEX

EL CEMENTO

Como un conglomerante formado a partir de una mezcla de caliza y arcilla calcinadas y posteriormente molidas, que tiene la propiedad de endurecer al contacto con el agua. Por tanto sus características para el almacenamiento y distribución del producto son especiales como se mencionan a continuación.

ALMACENAMIENTO DEL CEMENTO.

El cemento es una sustancia particularmente sensible a la acción del agua y de la humedad, por lo tanto para salvaguardar sus propiedades, se deben tener algunas precauciones muy importantes, entre otras:

- 1.-** Inmediatamente después de que el cemento se reciba en el área de almacenamiento si es cemento a granel, deberá almacenarse en depósitos secos, diseñados a prueba de agua, adecuadamente ventilados y con instalaciones apropiadas para evitar la absorción de humedad.
- 2.-** Si es cemento en sacos, deberá almacenarse sobre parrillas de madera o piso de tablas; no se apilará en hileras superpuestas de más de 14 sacos de altura para almacenamiento de 30 días, ni de más de 7 sacos de altura para almacenamientos hasta de 2 meses.
- 3.-** Para evitar que el cemento envejezca indebidamente, después de llegar al área de almacenamiento, deberá ser distribuido en la misma secuencia cronológica de su llegada.
- 4.-** No se utilizará bolsa alguna de cemento que tenga más de dos meses de almacenamiento en el área de las obras, salvo que nuevos ensayos demuestren que está en condiciones satisfactorias



3.6-LA ESTRUCTURA DE TRABAJO ACTUAL DE DISTRIBUCIÓN DE PEDIDOS DE CEMENTO EN LOS CENTROS EN MICHOACÁN ESTA ESTRUCTURADA DE LA SIGUIENTE MANERA

La flotilla de distribución en cada uno de los centros de distribución en Michoacán son de:

- 12 unidades de carga (camiones de 22.5tns.) circunscritos a Cemex, no teniendo unidades propias para la distribución del mismo si no por medio de terceros.
- Cuenta con alrededor de 50 unidades (tracto camiones de 36 tns.) circunscritos a Cemex, para la distribución del cemento por medio de terceros.
- 4 montacargas

Volúmenes de distribución:

Las cantidades de toneladas que maneja en promedio un centro de distribución en el estado de Michoacán son de 40,000 tns mensuales. Lo que nos indica que el promedio diario de distribución de un centro es de 1,600 tns diarias.

Esto realizado en dos turnos:

7:00 am, a 3:00 pm -MATUTINO

3:00 pm a 8:00 pm. -VESPERTINO

La plantilla laboral de cada uno de los centros de distribución son de aproximadamente 120 empleados los cuales contemplan áreas como:

- *Dirección
- *Administrativos
- *Administradores de Mercado
- *Logística
- *Almacén
- *Personal de patio
- *Vigilancia



SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN ACTUAL

El sistema con el cual funciona hoy en día el CENTRO DE DISTRIBUCION y mediante el cual el cliente solicita los requerimientos del material a CEMEX está estructurado como se muestra a continuación:

Solicitud de Pedidos de Cemento

- **CREACIÓN DEL NUEVO FRENTE**

PASO

1.-En este paso el cliente llama por teléfono a al centro de atención a clientes Cemex al **01-800-362-3639** para dar de alta sus datos de ubicación, ciudad, localidad, dirección, cp. Etc. y esperar la confirmación del numero de frente asignado por la empresa y este paso deberá repetirlo en cada una de las direcciones de entrega del cliente lo cual lleva un tiempo estimado de 1 día y medio para la creación de cada uno de ellos.

- **COLOCACIÓN DE PEDIDO:**

PASO

2.-El cliente debe solicitar su pedido requerido vía telefónica al Centro de atención a clientes **01-800-362-3639** en este indica el producto requerido, el tipo, las condiciones de pago y si se tiene algún acuerdo de precio convenido previamente lo cual solo podrá llevarse a cabo mediante un Valera de órdenes de compra que Cemex proporciona al cliente con 100 folios para programaciones. Una vez colocado el pedido este se toma de 24 a 36 hrs. En ser abastecido.

Como se muestra en el siguiente formato de una ORDEN DE COMPRA:



- INFORMACIÓN SOBRE TU PEDIDO

PASO

3.-El cliente puede solicitar el status de su pedido llamando al Centro de atención a clientes **01-800-362-3639** para informarse sobre el tiempo estimado en que será entregado su pedido en el destino solicitado.

OTRA INFORMACIÓN IMPORTANTE A CONSULTAR:

- LA OPCION DE CONSULTA DE PEDIDOS ANTERIORES:

En esta opción se informa al cliente del historial de sus pedidos anteriores los cuales le han sido abastecidos en lo que corresponde al mes en turno para lo que deberá llamar al centro de atención a clientes, la información le toma aproximadamente 15 mnts. Para la obtención de los datos solicitados.

- CANCELACIONES

Para este proceso de igual forma se tiene que realizar la cancelación vía telefónica en el centro de atención a clientes solicitar la cancelación de la orden requerida la cual solo es confirmada de manera telefónica y por escrito ya que tiene que solicitar de igual forma dicha información tarda aproximadamente de 3 a 4 días en proporcionarse.



LAS DESVENTAJAS DEL SISTEMA ACTUAL SON:

- 1.- La creación de los nuevos frentes es tardado ya que se tiene que esperar para que este confirmado entre 24 a 36 hrs.
- 2.- La programación de pedidos es demasiado complicada ya que se tiene que contar con una Valera proporcionada por Cemex la cual solicita en el centro de distribución de mandando excesivo tiempo.
- 3.-La fase de colocación del pedido requiere demasiados pasos ya que en el instante de generar la orden de compra, el pedido posteriormente necesita agendarse en programación para su abastecimiento.
- 4.-La gran cantidad de documentación requerida como son veleras, documentos de confirmación, documentos de cancelación entre otros.
- 5.-Dificultad para obtener información de los pedidos
- 6.-El tiempo de respuesta en el que se abastece el pedido.
- 7.-Entre otras



3.7-SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN SUGERIDO

El proceso sugerido para eficientar la distribución del producto en base a las características de la empresa, es un esquema el cual reúne la información de interés para el cliente. Lo que permite agilizar la programación, distribución y logística de la empresa el cual se describe a continuación.

Este se basaría en tener un portal comercial de información de CEMEX el cual él la persona contara con un numero de cliente y clave para ingresar al portal el cual concentraría los datos requeridos para hacer más eficaz el flujo de información para la empresa y el cliente, lo que agilizaría la obtención de datos dando a la compañía una mejor y más rápida respuesta de distribución a sus concesionarios.

Además concentraría la información que el cliente tendría que solicitar de manera telefónica en el centro de atención a clientes reduciendo los tiempos de creación de nuevos frentes, programación, consulta y cancelaciones de una forma mucho más eficaz.

En el siguiente cuadro se muestra las características sugeridas de información contenida en el portal comercial.



The screenshot shows a Windows Internet Explorer browser window displaying the CEMEX Mexico website. The address bar shows the URL <https://www.cemexmexico.com/ir/portal>. The browser interface includes a search bar with the Google logo, a favorites bar with 'CEMEX', and a toolbar with various utility icons. The website header features the CEMEX logo, '100 AÑOS MEXICO', and navigation links: HOME, CONTACTANOS, MAPA DE SITIO, CEMEX.COM, REGISTRO, and BÚSQUEDA. A secondary navigation bar lists: CEMENTO, CONCRETO, PRODUCTOS, RESPONSABILIDAD SOCIAL, SERVICIOS, and SOMOS CEMEX. The main content area is titled 'Acceso a Clientes' and contains two radio buttons: 'Portal Comercial' (selected) and 'Consulta Histórica 2010'. Below these are two input fields for 'Identificación usuario *' and 'Clave de acceso *', followed by buttons for 'Registrarse', '¿Olvidó su contraseña?', and 'Continuar'. At the bottom of the page, there are links for 'Políticas de privacidad' and 'Términos y condiciones', and a copyright notice: 'Copyright © 2010 CEMEX S.A.B. de C.V. Derechos reservados'. The browser's status bar at the bottom indicates 'Internet | Modo protegido: activado' and a zoom level of 100%.



The screenshot displays the CEMEX portal interface. At the top, the browser address bar shows 'Accounting Records - CEMEX'. The page header includes the date 'miércoles 16 de febrero de 2011', user information 'MÉXICO ::Bienvenido ALEXANDRO LEON MARIN::', and the text 'CEMEX PORTAL COMERCIAL'. Below this, there are navigation tabs: 'INICIO', 'CENTRO DE COMUNICACIÓN', 'TRANSACCIONES', 'MI CUENTA', and 'PRODUCTOS'. A secondary navigation bar contains links: 'Doc. de Cartera', 'Estado de Cuenta', 'Consumos', 'Contratos', 'Inventario Multiproducto', 'Pagos en Línea', 'Pedidos', 'Remisiones', and 'Reporte de Casos'. The main content area is titled 'Doc. de Cartera' and features a search form with the following fields: 'Tipo Documento' (dropdown menu), 'Periodo' (dropdown menu), 'Desde' (date field), and 'Hasta' (date field). Below these are a 'Número Documento' input field, radio buttons for 'Todos', 'Cerrados', and 'Abiertos', and a 'Buscar' button. The browser's status bar at the bottom indicates 'Internet | Modo protegido: activado' and a zoom level of '100%'.



LAS VENTAJAS DEL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓN SUGERIDO

1.- En este portal podrían verificarse una mayor cantidad de información de importancia para el cliente lo cual agilizaría entre muchos otros aspectos la distribución.

Como son:

- La creación de nuevos frentes
- La colocación de pedidos
- La personalización del pedido
- La situación de enlace del pedido
- Calendarios de programación
- La consulta de pedidos anteriores
- La cancelación de pedidos

Entre otros como son

- Consultas de acuerdos
- Reportes de consumo
- Análisis de la estructura del cliente y sus ciclos
- Estados de cuenta
- Pagos en línea
- Reporte de casos

2.-Agilizaría la programación y el agendar de los pedidos se reducirían en tiempo permitiendo realizar ambos pasos en uno solo, puesto que los pedidos son en línea.

3.- Abría una importante disminución en el manejo de documentación y consumo de papel ya que la información se manejaría a través del portal dando oportunidad de imprimir de una manera más rápida y eficiente la información al cliente.

4.-el acceso a la información sería mucho más sencillo y rápido

5.-El tiempo de respuesta sería más rápido en relación al suministro del producto

6.-Se puede obtener información más detallada de manera rápida del pedido como es:



- De donde será abastecido.
- Que transporte
- A que cliente y frente
- Que producto

7.-Mostraría de una forma más detallada la cuenta del cliente

8.-La exportación de información del portal comercial en archivos PDF. Simplifica el proceso.

9.-El cliente podrá monitorear y tener su historial de consumos por día, mensual, semestral o anual

10.-Mayor detalle en la consulta de sus pedidos como son los diversos status en el proceso.

- Por atender
- Por despachar
- Por cargar
- En transito
- Cancelados
- Todos



En el punto 2 mencionado anteriormente, se puede ilustrar de manera clara, como podríamos mejorar este sistema.

- **COLOCACIÓN DE PEDIDO:**

2.-El cliente debe solicitar su pedido requerido a través de portal comercial, en el que al momento en que se llenara la orden asignada de manera electrónica en formato PDF. Con la información requerida quedara en programación de entrega y cliente pudiese verificar dentro del mismo portal que efectivamente queda programado de forma inmediata y consultar el tiempo estimado de entrega reduciendo el tiempo para su abastecimiento.

En las siguientes páginas se muestra un claro ejemplo de lo eficiente que sería tener un portal comercial en el cual el cliente pudiese programar sus pedidos lo que agilizaría el sistema de distribución de Cemex incrementando su capacidad en el abastecimiento de su red de distribución.

Este concentraría la información que el cliente tendría que solicitar de manera telefónica en el centro de atención a clientes reduciendo los tiempos de atención, en la creación de frentes, programaciones, consultas y cancelaciones de una forma mucho más eficaz.



PASO 1:

El cliente ingresa al portal comercial mediante un identificador de usuario y una contraseña la cual será la que la empresa le proporcione y en el caso de la clave la que el cliente determine como se muestra en la siguiente imagen:

Los datos solicitados para el acceso al portal serian:

- 1.-Identificación de usuario
- 2.-Clave de acceso



CEMEX - Windows Internet Explorer

https://www.cemexmexico.com/ir/portal

Browser Defender

Google

Buscar

Compartir

Corrector ortográfico

Traducir

Autocompletar

Acceder

Favoritos

CEMEX

CEMEX 100 AÑOS MEXICO

HOME CONTACTANOS MAPA DE SITIO CEMEX.COM REGISTRO BÚSQUEDA

CEMENTO CONCRETO PRODUCTOS RESPONSABILIDAD SOCIAL SERVICIOS SOMOS CEMEX

Acceso a Clientes

Portal Comercial Consulta Histórica 2010

Identificación usuario*

Clave de acceso*

Regístrate ¿Ovidió su contraseña? Continuar

[Políticas de privacidad](#) | [Términos y condiciones](#) | Copyright © 2010 CEMEX S.A.B. de C.V. Derechos reservados

Internet | Modo protegido: activado



PASO 2:

Al acceder el portal te encontrarías con una barra de elementos de información donde el cliente podría verificar varias cuestiones sobre su cuenta y en este caso lo que nos interesa en este ejemplo sería la programación del pedido como se muestra en la siguiente imagen:

La información que se encontraría en el portal sería:

- 1.-Documentos de cartera
- 2.-Estado de cuenta
- 3.-Consumos
- 4.-Contratos
- 5.-Inventario de Multiproducto
- 6.-Pago en líneas
- 7.-Pedidos
- 8.-Remesiones
- 10.-Reporte de casos



My Orders - CEMEX

miércoles 16 de febrero de 2011

Mis Contactos | Administración | Contáctanos | Ayuda | Mapa del Sitio | Salir

CEMEX **MÉXICO** **::Bienvenido ALEXANDRO LEON MARIN::** CEMEX PORTAL COMERCIAL

Estás viendo: Cemento (65003084) GRUPO LEONAR, S.A. DE C.V.

INICIO | CENTRO DE COMUNICACIÓN | TRANSACCIONES | **MI CUENTA** | PRODUCTOS

Doc. de Cartera | Estado de Cuenta | Consumos | Contratos | Inventario Multiproducto | Pagos en Línea | **Pedidos** | Remisiones | Reporte de Casos

Pedidos

Pedido: Frente: <Seleccione una opción> Estatus: <Seleccione una opción>

Orden de Compra: Fecha Pedido: <Seleccione una opción> Desde: Hasta: **Buscar**

El reporte muestra el estatus general del pedido. Si requieres información por línea de pedido, favor de consultar reporte de remisiones.

Listo Internet | Modo protegido: activado 100%



PASO 3:

En este paso el cliente después de seleccionar la opción de pedidos y llenar los datos requeridos para el ingreso se te despliega una orden de compra enviada en forma de archivo PDF. La cual descargaras en tú maquina con un folio asignado por Cemex donde se tendría que llenar la información de carácter general y la especificación del pedido, como se muestra en la siguiente imagen:

La información en general de la orden foliada seria:

- 1.-Nombre del cliente
- 2.-Nombre de la sucursal u obra
- 3.-Forma de Pago
- 4.-Placas de la unidad
- 5.-Nombre del operador que transporta el material
- 6.-No de cliente
- 7.-Codigo de producto
- 8.-Producto
- 9.-Cantidad
- 10.-Unidad de medida
- 11.-Observaciones
- 12.-Nombre y Firma



PASO 4:

En este formato se ilustra la manera en que la empresa solicitante recibiría su comprobante de programación llamada carta remisión / carta porte en donde se enviarían datos para conocimiento del cliente.

- 1.-Fecha
- 2.-Folio de confirmación
- 3.-Expedida en
- 4.-A quien se le facturara
- 5.-Direccion de envió
- 6.-numero de Pedido
- 7.-Producto solicitado
- 8.-Cantidad solicitada
- 9.-Nombre y firma.



REMISION / CARTA PORTE



Cemex México, S.A. de C.V.
 Avenida Constitución 444
 Colonia Centro CP: 64520
 Monterrey MX (81)83283000

FECHA: FOLIO:

EXPEDIDA EN: MX-Cad. Morelia
 AV. ORIENTE 4 No. 1190
 CP: 58200 MORELIA MX

ESTE COMPROBANTE ES EXPEDIDO PARA EL TRANSPORTE DE MERCANCÍA QUE SERÁ FACTURADA A: COMPañÍA DE TRANSPORTE QUE ENTREGA:
 SJ10071 - DURAN PATINO OCTAVIO

ENVIADO A: CONDUCTOR:
 VEHICULO :
 VIAJE :
 RANGO DE SELLOS: DE 0000000000 A 0000000000
 RECIBO DE CONFORMIDAD:

PEDIDO	PRODUCTO	CANTIDAD
--------	----------	----------

NOTAS: Entrega en un plazo máximo de 15 días a partir de la expedición de la remisión. Verifique que los productos entregados sean los que están en este documento. Para el caso de producto entregado en el domicilio del cliente, el precio incluye flete. Fecha en México. Todas las marcas registradas. 1N=t, KGS =kg.

ACUSE DE RECIBO
 Fecha:
 Hora:
 Puesto:
 Sacos Rotos:
 Húmedos:
 Faltantes:

NOMBRE	FIRMA
--------	-------

Fecha: 02.04.2011
 Hora: 11:36:53
 EMOENOL Erika Morano De Leon

COPIA
 1 / 1
 www.cemexmexico.com



CONCLUSIONES

Una vez terminada la descripción del presente trabajo, podemos concluir, que es de suma importancia el tener una constante mejora en los sistemas de distribución de la empresa Cemex ya que hoy por hoy es uno de los puntos fundamentales para el éxito de la misma.

Finalizaremos haciendo mención de los logros teóricos obtenidos durante la elaboración del trabajo.

Se logro cumplir con el objetivo principal que fue el mejorar y eficientar el canal de distribución con el cual Cemex mantiene abastecidos a sus clientes.

El proceso cuenta con los documentos y formatos que avalan el procedimiento de solicitud de pedido sin ser complejo y reduciendo los tiempos de respuesta en la atención del cliente.

Se sistematizaron los procesos de programación que se modificaron o adecuaron los procedimientos que según los pasos de programación que se manifestaron.

Es de suma importancia mencionar, que la aplicación de este modelo de distribución será responsabilidad de la empresa Cemex, siempre y cuando sea de interés de la organización. Por lo que no es posible hacer una conclusión sobre el **resultado práctico** que pudiera tener el proceso.

A si se da fin a la tarea encomendada en este apartado, esperando que la información analizada y las propuestas documentales sean del gusto y utilidad de la organización.



BIBLIOGRAFIA

KOTLER, P; ARMSTRONG, G; CAMARA IBAÑEZ, D; CRUZ ROCHE, I.
MARKETING, Décima edición
PEARSON EDUCACION, S.A., Madrid, 2004

FUNDAMENTOS DE MKT
WILLIAM J. STATON
1 ERA. EDICION

GLOSARIO DE MKT,
VIRGILIO TORRES M.
MC. GRAW HILL

