

## INTRODUCCIÓN

TIENDA DEPORTIVA S.A. DE C.V. es una empresa mexicana dedicada a la distribución y comercialización de artículos deportivos. La empresa cuenta en la actualidad con 11 tiendas-bodega en diversas ciudades de la República Mexicana desde las cuales realiza operaciones de venta directa al público y distribución a comercializadores mayoristas. Entre las principales líneas de negocio de la empresa se tienen los patrocinios otorgados a equipos profesionales de futbol y diversas disciplinas de los Juegos Panamericanos.

Entre las principales tienda-bodega se encuentra la ubicada en la zona norte de la Ciudad de México desde donde se coordina la totalidad de la operación de la Zona Centro del país y alrededores (Veracruz, Puebla, Hidalgo, etc.). Por su importancia estratégica en el mercado de artículos deportivos, se considera adecuada como objeto de estudio del presente trabajo.

Actualmente el proceso de operación de la tienda se realiza con base en la experiencia individual de los empleados, la cual difiere enormemente entre colaboradores de la tienda, lo que ocasiona constantes problemas en el manejo de la mercancía y la calidad del servicio ofrecido al cliente.

La tienda tiene grandes perspectivas de crecimiento en el mediano plazo pero se ve limitada por la capacidad y eficiencia de sus operaciones actuales, por lo que se requieren mejoras en su sistema de administración de inventarios, y revisiones en sus procesos de manejo de la mercancía para identificar las actividades que generan valor al cliente final.

Con la finalidad de cubrir estas necesidades este proyecto tiene como objetivo realizar un diagnóstico sobre el manejo y control de mercancía en la tienda, así como, identificar las áreas de oportunidad y finalmente desarrollar propuestas de mejoras.

Para cumplir con el objetivo propuesto el presente trabajo se desarrolló de la siguiente manera: en el capítulo I se presenta el marco teórico que sustenta las bases sobre las que se realizaron el diagnóstico y el desarrollo de las propuestas de mejora; en el capítulo II se describe a detalle la tienda y los procesos que se realizan en ella; en el capítulo III se realiza un análisis de la situación actual e identificación de las áreas de oportunidad; en el capítulo IV se identifican las propuestas de solución viables y se procede con el desarrollo de la solución propuesta; posteriormente en el capítulo V se describe como caso de estudio la presentación de la propuesta de solución y su puesta en marcha en la tienda; finalmente se presentan en el capítulo VI las conclusiones.