

Ruta Representaciones

Es una empresa que tiene como objetivo principal la compra y venta de repuestos de automotor.

Esta empresa fue creada en 1982 y en sus principios su objetivo principal era la venta de rodamientos.

Gracias al esfuerzo de la empresa en general, se logro expandirse debido a la buena aceptación en el mercado, de este modo día a día fue incorporando nuevos rubros tales como filtro, juntas, etc.

Hoy en día se puede decir que la empresa es una de las más sólidas de la patagónia.

Tiene la representación de mas de 20 marcas conocidas a nivel mundial como pueden ser SKF, Taranto, VMG, Tecfil, Filtrex; etc.

Hoy en día la empresa cuenta con un amplio plantel de empleados.

La empresa se divide en tres casas, una es la casa central ubicada en Comodoro Rivadavia y las otras dos son sucursales ubicadas en Caleta Olivia y Río Gallegos, cada una de esta casa cuenta con depósitos.

Esta empresa tiene una estructura verticalista piramidal, con el dueño que el rol de gerente general.

Además el gerente general esta asesorado por un gerente de planeamiento.

La empresa cuenta con un área de administración, área de comercialización, área de compras, área de mantenimiento y un sector de informática y capacitación.

La empresa tiene como principales competidores a Puleman Patagónia en el área de rodamiento y la empresa Buczak Hnos. en el área de motor y también Comercial automotor S.A., Repac, Del Sur Comodoro, Electromecánica Ramos Mejia, Autotal, Toyoscar.

Tiene como cliente al consumidor final, y también a empresas como Repsol, Metrapet, Cooperativa, Panamerican, etc. Al igual que números talleres mecánicos, y casas de reparación de automotor de la zona.

Unidad organizacional: Ruta Representaciones

Objetivo:

- **Real:** comercialización de repuestos automotores en la zona Patagónica.
- **Legitimizado:**
 - ✓ Ajustarse a las normas impuestas en el momento reguladas por la municipalidad, ANSES, pagos patronales, declaración jurada al AFIP.
 - ✓ La obtención de la satisfacción de nuestros clientes, y la rentabilidad esperada por el Gerente General.
 - ✓ Cumplir con las reglamentaciones aduaneras.
 - ✓ Mejorar la calidad del servicio día a día.
 - ✓ Mantener conforme a nuestro personal mediante sueldos equitativos y condiciones de trabajo por encima de lo aceptable.

- ✓ Capacitación de personal (en general y para posventa).
- ✓ Brindar un buen servicio posventa.
- ✓ Brindar un excelente trato a proveedores y clientes.

Medio:

- **Medio Ambiente:** Mercado patagónico de repuestos automotores.
- **Contexto:** Banco Nación, clientes (Repsol, METRAPET, Cooperativa, Panamerican, talleres mecánicos, casas de automotores, etc.), entes reguladores, competidores, proveedores.

Recursos:

- **Humanos:** empleados, gerentes, contadores.
- **Materiales:** vehículos, muebles y útiles, playas de vehículos, una casa central y dos sucursales, red informática.
- **Financieros:** cuenta corriente en el Banco Nación, ganancias obtenidas por ventas, seguros.
- **De información:** base de datos del personal, resultado de encuestas realizadas a talleres sobre los repuestos más vendidos, últimas tendencias, precios de los productos que representamos, información sobre competidores, manuales de procedimientos, legajos, base de datos de los distintos tipos y marcas de repuestos, base de datos de proveedores.

Dirección: Gerente general.

Componentes: Gerencia General, áreas de mantenimiento, área de comercialización (sector de marketing, sector de distribución, sector de venta y atención al cliente, sector de servicio de posventa), área de compra (sector de recepción y abastecimiento, sector de depósito, sector de adquisiciones), área de administración (sector de planeamiento, sector de finanzas y sector de informática).

Sector de Comercialización

El objetivo de este sector es gestionar la venta de productos y el servicio de distribución y atención al cliente tanto en la venta como en la post-venta.

Con respecto a los productos que vende tiene la representación de mas de 20 marcas conocidas a nivel mundial como pueden ser SKF, Taranto, VMG, Tecfil, Filtrex; etc.

Además de tener como cliente al consumidor final, tiene clientes tales como Repsol, Metrapet, Cooperativa, Panamerican, etc. Al igual que números talleres mecánicos, y casas de reparación de automotor de la zona.

Este sector esta formado interiormente por el sector de Distribución que se encarga tanto en la distribución en los distintos puntos de venta como a aquellos clientes que solicitan el envío a domicilio.

La empresa tiene sus propios vehículos para distribuir la mercadería vendida, pero en caso de grandes pedidos a lugares lejanos la empresa contrata los servicios de alguna empresa de transporte, aunque esto es muy poco frecuente. En caso de que se dé esta situación se eleva un informe de incapacidad de distribución al gerente del área con las características que impiden la distribución propia.

Diariamente reciben un listado del sector de venta y atención al cliente con aquellos clientes que solicitan la distribución a domicilio. Este listado especifica tanto los datos del cliente, como la cantidad y tipo de producto a ser enviado, fecha máxima de entrega (dependiendo del lugar), el destino y una observación que indica el prestigio y antigüedad del cliente.

En base a estos datos se selecciona el vehículo más adecuado y se le asigna un turno que se establece en el cronograma de envío, también en base a este listado se envía una nota (pedido de mercadería) al depósito para que allí se seleccione y separe la mercadería a ser distribuida.

Una vez entregada la mercadería se hace firmar al cliente una nota de pedido recibido y conformidad de la misma, luego siendo esta nota enviada al sector de administración.

Diariamente se envía un informe al gerente del área con las actividades del día.

En caso de que no se pudiera entregar el pedido, las razones y características de este pedido no cumplido va implícito en el informe de las actividades del día que se le entrega al gerente de comercialización. En este informe del día también va implícito las necesidades de mantenimiento y reparación de vehículos de entrega. En caso de que el gerente de comercialización apruebe alguna de estas necesidades de reparación, entonces este gerente envía una solicitud de contratación de servicios para mantenimiento de vehículos al área de compras para que esta se encargue de contratar el servicio.

El sector de ventas y atención al cliente se encarga de atender al cliente y recibir los pedidos de este. Eleva un informe con los pedidos al gerente del área de comercialización y un listado con la información de los pedidos a ser distribuidos al sector de distribución.

Cuando un cliente solicita servicio post-venta este es atendido por el sector de ventas y atención al cliente, este sector realiza un pedido de capacitación al cliente al sector de servicio post-venta.

El sector de marketing esta compuesto por una oficina técnica la cual es la encargada de realizar la publicidad en los distintos medios de comunicación locales, ya sean diarios, revistas, emisoras de radios y canales de televisión.

Este sector se encarga de realizar, investigar y analizar los gustos de los clientes, analizando las últimas tendencias.

Ante un proyecto o plan de Marketing este sector se lo envía al gerente general, para que lo apruebe o no. Una vez aprobado el proyecto por el gerente general, el sector de Marketing envía un informe sobre los servicios a contratar, para cumplir con el proyecto publicitario, al área de compras.

El sector de servicio de post-venta es el encargado de brindar un servicio post-venta a cualquier cliente que la solicite brindándole una capacitación adecuada. Este sector se caracteriza por estar ampliamente capacitado en los productos que vende la empresa.

Área de Comercialización

Objetivo:

- **Real:** gestionar la venta de productos y el servicio de distribución y atención al cliente, tanto en la venta como en la postventa, en la empresa Representaciones Ruta 3. Mantener niveles óptimos de venta.
- **Legitimizado:**
 - ✓ Ajustarse al presupuesto fijado.
 - ✓ Mantener los vehículos en condiciones.
 - ✓ Para la distribución de mercaderías, tomar las medidas de precaución adecuadas.
 - ✓ Elevar un plan de ventas adecuado.
 - ✓ Aplicar estrategias de marketing innovadoras.
 - ✓ Entregar la mercadería a tiempo y en óptimas condiciones.
 - ✓ Mantener un buen estudio del mercado y sus estados.
 - ✓ Brindar una buena atención al cliente.

Medio:

- **Medio ambiente:** Mercado patagónico de repuestos automotores.
- **Contexto:** Clientes, gerente general, área de compras, y administración.

Recursos:

- **Humano:** empleados, personal capacitado para el servicio postventa.
- **Financiero:** presupuesto fijado.
- **Materiales:** muebles y útiles, vehículos, playa de estacionamiento.
- **De información:** estado de vehículos, informe de rutas, informes, informes climatológicos, informes sobre precios de mercaderías, resultado de encuestas realizadas a talleres sobre los repuestos más vendidos, informe sobre políticas de ventas, informes para brindar una buena atención, últimas tendencias, precios de los productos que representamos, información sobre competidores.

Dirección: Gerente de comercialización

Componentes: Sector de marketing, distribución, sector de venta y atención al cliente, sector de servicio posventa, gerente de área de comercialización.

Sector de finanzas

Este sector tiene como objetivo resguardar y actualizar el capital de la empresa que se encuentra depositado en el Banco Nación, realizar el pago a proveedores tanto nacionales como extranjeros, ajustarse a los pagos impuestos por el gobierno nacional y leyes aduaneras,

liquidación de sueldo de empleados, el cobro a clientes y realizar la actividades contables adecuadamente.

Para cobrar a los distintos clientes recibe del gerente de comercialización un informe sobre las ventas realizadas. Los cobros son depositados en el Banco Nación, para realizar el pago a proveedores el sector de finanzas recibe un informe de servicios contratados del área de compra, donde se especifica al proveedor y los servicios contratados.

Este sector recibe informes de todas las áreas en el que se especifica el cumplimiento del personal del área correspondiente.

Con estos informes este sector se ocupa de la liquidación de sueldo depositándolos en el Banco Nación.

Para resguardar y actualizar el capital este sector lo maneja mediante el Banco Nación, por consiguiente se realizan continuos pedidos de balance de cuenta.

En lo que respecta a la confección de libros y balances el sector de basa en la información almacenada en la base de datos administrada por el programa “Tango Gestión”.

Además este sector se encarga de los pagos de impuestos, aportes patronales y declaración de empleados ante el ANSES.

Sector de Finanzas

Objetivos:

- **Real:** resguardar y actualizar el capital de la empresa, Representaciones Ruta 3.
- **Legitimizado:**
 - ✓ Efectuar pago a proveedores en tiempos acordados.
 - ✓ Liquidación de sueldos de empleados a tiempo y en forma equitativa.
 - ✓ Ajustarse al presupuesto fijado.
 - ✓ Ajustarse a las leyes y los impuestos nacionales.
 - ✓ Ajustarse a las leyes aduaneras.
 - ✓ Realizar el cobro a clientes.
 - ✓ Llevar los libros que son obligatorios por las leyes.
 - ✓ Mantener las actividades económicas adecuadamente.

Medio:

- **Medioambiente:** Mercado patagónico de repuestos de automotor.
- **Contexto:** Clientes, sector de planeamiento, gerente de administración, área de mantenimiento, área de compras, área de comercialización, entes reguladores, banco Nación, proveedores.

Recursos:

- **Humanos:** empleados, contadores.
- **Materiales:** muebles y útiles.

**-. FRAGMENTO SELECCIONADOS DEL TRABAJO
PRESENTADO EN LA ASIGNATURA:
“INTRODUCCION AL ANALISIS DE SISTEMAS”, Cursada 2002.-
Grupo: Nieto, Eduardo Zorrilla, Gustavo**

Ultima modificación: 06-08-06

H o j a 6

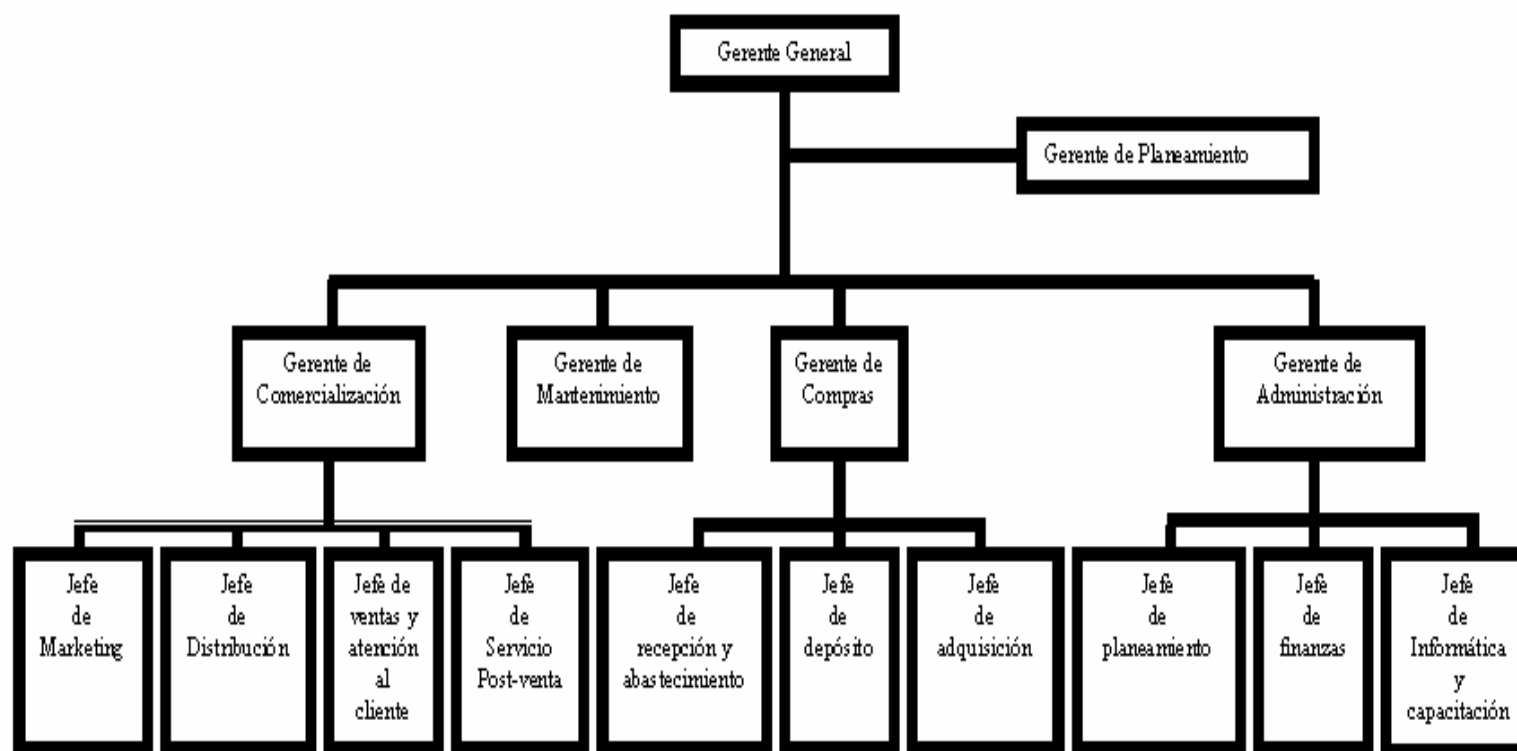
- **Financieros:** presupuesto fijado.
- **Información:** informe de resumen de cuenta, informe sobre cumplimiento de personal, informe de servicios contratados, informe sobre presupuestos, facturas de los distintos proveedores, manuales de procedimientos.

Dirección: Jefe de finanzas.

Componentes: no posee.

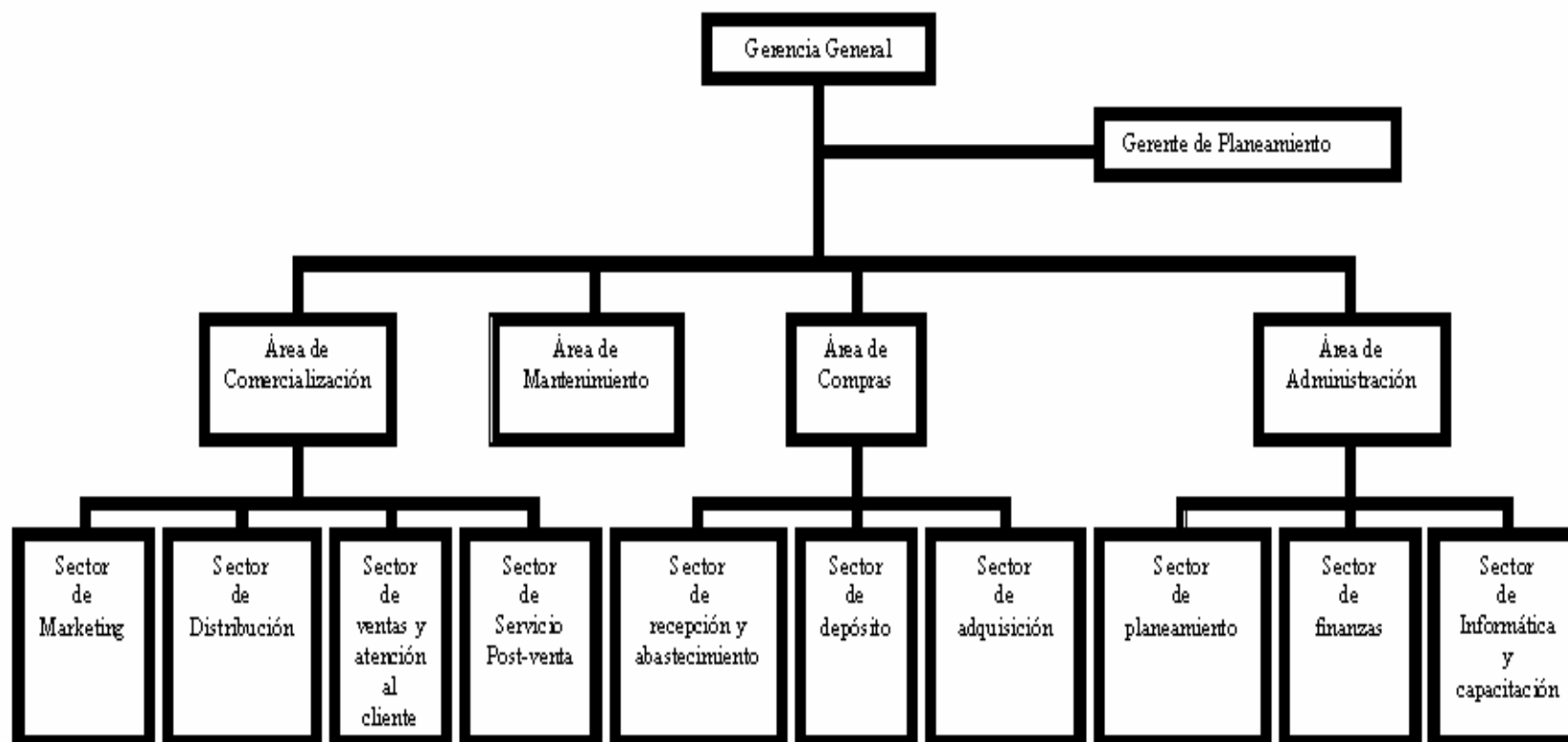


Organigrama de la empresa Representaciones Ruta 3 (Por Autoridad)





Organigrama de la empresa Representaciones Ruta 3 (Por Sector)





- FRAGMENTO SELECCIONADOS DEL TRABAJO PRESENTADO EN LA ASIGNATURA:
“INTRODUCCION AL ANALISIS DE SISTEMAS”, Cursada 2002.-

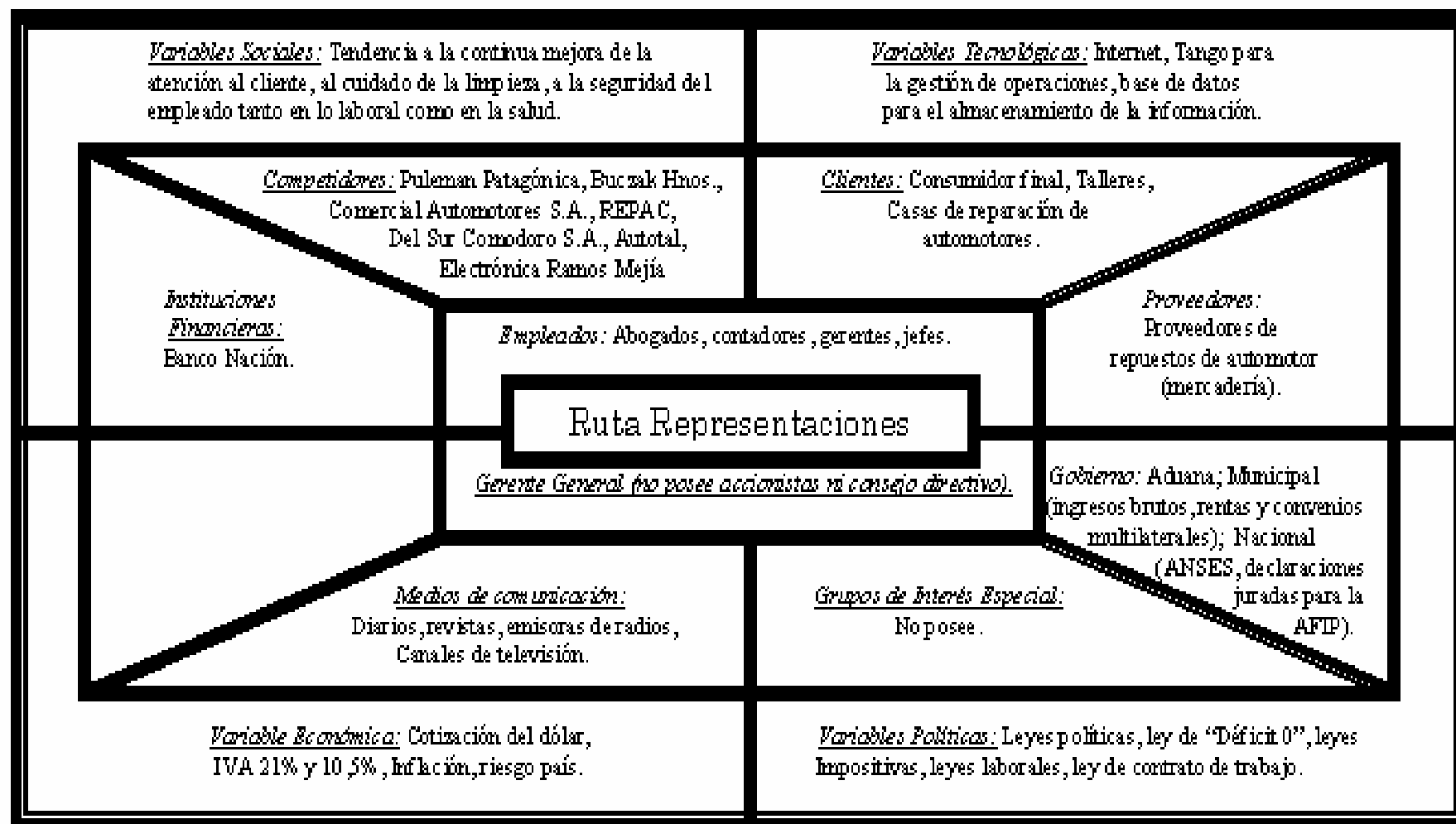
Grupo: Nieto, Eduardo

Zorrilla, Gustavo

Ultima modificación: 06-08-06

Hoja 9

DIAGRAMA DE ENTORNO



Proceso de transformación:

Gestión del proyecto publicitario:

Tiene como objetivo realizar la publicidad en los distintos medios locales (diarios, revistas, emisoras de radio, canales de televisión), también se encarga de realizar, investigar y analizar los gustos de los clientes, analizando las últimas tendencias.

➤ ***Investigación y análisis del mercado:***

- ***Objetivo básico:***
Se investiga y analiza los gustos de los clientes.
- ***Entradas:***
 - Informe del cliente: contiene los datos de las ventas realizadas.
 - Tendencia y modas: contiene las últimas tendencias y modas.
- ***Salidas:***
 - Informe de investigación del mercado: Contiene las tendencias y gustos de los clientes.
 - Informes sobre la clase de servicios a contratar: Informe detallado que contiene los distintos tipos de servicios que pueden ser contratados.

➤ ***Elaboración del proyecto:***

- ***Objetivo básico:***
Elaborar el proyecto establecido por el sector Marketing.
- ***Entradas:***
 - Informe de investigación del mercado: estudio de las tendencias y gustos de los clientes.
 - Informe de Presupuesto: Especifica el presupuesto disponible.
- ***Salidas:***
 - Informe de proyecto: contiene los datos del proyecto que se quiere aplicar.

➤ ***Proyecto publicitario:***

- ***Objetivo básico:***
Establece las pautas para realizar los servicios a ser

**-. FRAGMENTO SELECCIONADOS DEL TRABAJO
PRESENTADO EN LA ASIGNATURA:
“INTRODUCCION AL ANALISIS DE SISTEMAS”, Cursada 2002.-**
Grupo: Nieto, Eduardo Zorrilla, Gustavo

Ultima modificación: 06-08-06

H o j a 11

contratados.

- *Entradas:*

- Informes sobre la clase de servicios a contratar: Informe detallado que contiene los distintos tipos de servicios que pueden ser contratados.
- Proyecto aprobado: proyecto aprobado por el gerente general, para que luego se aplique.

- *Salidas:*

- Servicios a ser contratados: Informe detallado de los servicios para la realización de la estrategia de Marketing.

PROCESO DE TRANSFORMACIÓN: GESTIÓN DEL PROYECTO PUBLICITARIO

