



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMA

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PROPUESTA DE MEJORA PARA EL PROCESO DE
TRANSPORTACIÓN DE PRODUCTOS DE CANAL MODERNO EN LA
COMPAÑÍA TESALIA SPRINGS COMPANYY**

AUTOR:

JOHN ALBERTO GUEVARA TORRES

TUTOR:

MSC. ISMELIS CASTELLANOS LÓPEZ

Guayaquil, Ecuador

2021



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Autora: Guevara Torres John Alberto

Tutor: MSc. Ismelis Castellanos López

RESUMEN

Para la empresa “**TESALIA SPRINGS COMPANY**”. es muy importante efectuar el nivel servicio que ofrece a sus clientes encaminado al mutuo desarrollo y a la vez obtener fidelizar y atraer más clientes del mercado, siendo su principal actividad de distribución y entrega de productos en tiempo y forma ,es importante desplegar estrategias de mejora continua en el proceso de transporte de canales modernos teniendo en cuenta a la empresa, mantiene proveedores de transporte que deben cumplir con políticas e instrucciones con el fin de no afectar los objetivo de la empresa, siendo este el motivo por el cual el objetivo general de este trabajo es el de perfeccionar el proceso de transporte de productos de canal moderno en la compañía y entrega de pedidos a tiempo midiendo la eficacia de los proveedores de transporte con criterios de evaluación que permita tener un diagnóstico del servicio de calidad acorde a las exigencias y necesidades de la Empresa.

Palabras claves:

Distribución, Productos, Logística, Clientes



**INSTITUTO SUPERIOR UNIVERSITARIO BOLIVARIANO DE
TECNOLOGÍA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y SISTEMAS

Proyecto de Investigación previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

Autora: Guevara Torres John Alberto

Tutor: MSc. Ismelis Castellanos López

ABSTRACT

or the company “TESALIA SPRINGS COMPANY”. It is very important to carry out the level of service that it offers to its customers aimed at mutual development and at the same time to obtain loyalty and attract more customers in the market, its main activity being the distribution and delivery of products in a timely manner, it is important to deploy continuous improvement strategies in the process of transporting modern channels taking into account the company, it maintains transport providers that must comply with policies and instructions in order not to affect the objectives of the company, this being the reason why the general objective of this The job is to perfect the process of transporting modern channel products in the company and delivering orders on time, measuring the efficiency of transport providers with evaluation criteria that allow a diagnosis of the quality service according to the demands and needs. of the Company.

Keywords:

Distribution, Products, Logistics, Customers

INDICE GENERAL

CONTENIDOS:

Carátula.....	i
Dedicatoria.....	II
Agradecimiento.....	III
Certificación de aceptación del tutor.....	ivII
Cláusula de autorización.....	v
Certificación de aceptación del cegescit.....	vii
Resumen.....	VIII
Abstract.....	IX
Índices general.....	x
Tabla de cuadro.....	XIII
Indices de figuras.....	XIV
Indices de anexos.....	XV

CAPÍTULO I..... 1

1.PLANTEAMIENTO..... 1

1.1. Planteamiento del problema..... 1

1.1.2. Situación Conflicto..... 2

1.1.3. Formulación del problema..... 2

1.1.4. Delimitación del problema..... 2

1.2. Definición de Variables..... 2

1.3. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS..... 3

1.3.1. Objetivo General..... 3

1.3.2. Objetivos Específicos..... 3

1.4. Justificación de la Investigación.....	3
CAPÍTULO II	5
2. MARCO TEÓRICO.	5
2.1.2 Antecedentes Referenciales	14
2.2. Fundamentación Legal	17
2.3. Variables de Investigación.....	19
2.4. Glosario de términos.....	21
CAPÍTULO III	24
3. METODOLOGÍA	24
3.1. Presentación de la empresa	24
3.1.1 Misión	25
3.1.3 Valores	25
3.1.4 Organigrama.....	26
3.2 Diseño de la investigación	30
3.2.1. Tipos de investigación	30
3.2.2. Descriptiva:.....	30
3.2.3. Explicativa:	30
3.4.1. Población.....	30
3.4.2. Muestra.....	31
3.5 TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS	32
3.2.1. Método estadístico.....	32
3.3.3 Enfoque de investigación	32
3.3.4 Mixto	32
3.3.5. Método empírico	33
3.3.3. Observación.....	33
3.3.4. Entrevista.....	34
3.3.5. Encuesta.....	34
3.3.6. Diagrama de proceso	35

3.3.7. Diagrama causa efecto.....	36
CAPÍTULO IV.....	37
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	37
4.1.1. Análisis de la entrevista	37
4.1.1. Análisis de la entrevista	38
4.1.3. Análisis de los resultados de la encuesta aplicado a los clientes.	38
4.2.1. Diagrama de proceso	50
4.2. Análisis de diagrama de proceso.....	50
4.2.4. Diagrama de causas y efecto	51
4.2.3 Análisis de diagrama de causas y efecto.....	52
4.2.5. Propuesta de plan de acción para mejorar el proceso de transportación y el tiempo de entrega de pedidos de la empresa “Tesalia Springs Company S.A”.	52
4.3.1. Método 5W2H: Plan de propuesta.....	52
4.3.2. Análisis de costo y beneficios.....	56
Conclusiones	57
Recomendaciones.....	58
11.BIBLIOGRAFÍA.....	66

TABLA DE CUADRO

TABLA 1: Clientes encuestados.	39
TABLA 2: Respuesta de los clientes encuestados.....	40
TABLA 3: Respuesta de los clientes encuestados.....	41
TABLA 4: Respuesta de los clientes encuestados.....	42
TABLA 5: Respuesta de los clientes encuestados.....	43
TABLA 6: respuesta de los clientes encuestados.	44
TABLA 7: Respuesta de los clientes encuestados.....	45
TABLA 8: Respuesta de los clientes encuestados.....	46
TABLA 9: Respuesta de los clientes encuestados.....	47
TABLA 10: Respuesta de los clientes encuestados.....	48
TABLA 11: Respuesta de los clientes encuestados.....	49
Tabla 12: TABLA de plan de mejora	55

ÍNDICES DE FIGURAS

GRÁFICO 1: Clientes encuestados	39
GRÁFICO 2: Cómo califica el nivel de servicio de la logística de tesalia cbc.	40
GRÁFICO 3: Cómo califica la atención del entregador de tesalia cbc.	41
GRÁFICO 4: Los pedidos llegan a tiempo	42
GRÁFICO 5: Los pedidos llegan completos.	43
GRÁFICO 6: El personal llega con uniforme e identificación.	44
GRÁFICO 7: El entregador solicita revisar las fechas de vencimiento de los productos.....	45
GRÁFICO 8: El encargado entrega la documentación completa.	46
GRÁFICO 9: Le gusta el servicio que brinda la empresa tesalia cbc.....	47
GRÁFICO 10: Cómo califica usted a los trabajadores de la empresa tesalia cbc.	48
GRÁFICO 11: Cómo califica usted los productos de tesalia cbc.	49

INDICES DE ANEXOS

ANEXO #1: Guía de observación.	60
ANEXO #2: Guía de entrevista	60
ANEXO # 3: Preguntas de la encuesta.....	61
ANEXO # 4: Registro de observaciones realizadas.....	63
Anexo #5: Plantilla	64

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO

1.1. Planteamiento del problema

“TESALIA SPRING COMPANY” es una empresa multinacional, dedicada a la comercialización de bebidas no alcohólicas, a nivel Nacional, en sus diferentes canales de mercado, tales como mercado tradicional y moderno.

En esta ocasión nos enfocaremos en el canal moderno, donde la atención a clientes en supermercados se debe realizar con parámetros exclusivos, siendo la hora de entrega a los pedidos realizados por los clientes la base fundamental para un óptimo nivel de servicio, actualmente se presentan inconvenientes para cumplir a dicho objetivo en este segmento de mercado.

En logística el servicio al cliente es uno de los pilares fundamentales de organización, Flynn refiere que “una entrega puntual es un elemento fundamental del proceso de compra de bienes y servicios”.

El mismo autor sostiene que “aquella parte de la cadena de suministro que planea implementa y controla el flujo y almacenamiento eficientes y efectivos de bienes, servicios e información relacionada desde el punto de origen hasta el punto de consumo para satisfacer las necesidades del cliente” (Flynn, 2012)

Logística tiene la responsabilidad de entregar el producto a tiempo y en perfectas condiciones a los clientes del canal moderno.

1.1.2. Situación Conflicto

La empresa “**TESALIA SPRING COMPANY**”, comercializadora de bebidas no alcohólicas a nivel nacional, representa la tercera industria de bebidas más importante del Ecuador, las marcas más representativas son Pepsi, Guitig, Tesalia, Gatorade, 220V; el alcance a los puntos de ventas se encuentra en tiendas, mayoristas, supermercados, autoservicios.

Para este tema se enfoca en la entrega de pedidos a clientes de supermercados fuera de tiempo y gastos logísticos por distancias entre un punto a otro, esto se ha presentado por los siguientes puntos:

- Despachos de pedidos a Clientes centralizados desde un solo centro de distribución
- Extensa jornada en rutas de entrega

1.1.3. Formulación del problema

¿Cómo incide el proceso de transportación de productos en el cumplimiento de los tiempos de entrega al cliente y en el incremento de los costos logísticos de transporte de la empresa “**Tesalia Springs Company**”?

1.1.4. Delimitación del problema

- Campo: Distribución
- Aspecto: Proceso de transportación
- Área: Agencia Guayaquil Norte
- Periodo: 2021

1.2. Definición de Variables

- Variable Independiente: Proceso de transportación
- Variable Dependiente: Tiempos de entrega

- Costos Logísticos de transporte

1.3. DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General

Proponer mejoras en el proceso de transportación de productos en el canal moderno de “**TESALIA SPRINGS COMPANY**” de manera que contribuya a cumplir con los tiempos de entrega y disminuir los costos logísticos de transporte.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Fundamentar los aspectos teóricos sobre la distribución y transporte.
- Diagnosticar la situación actual del proceso de transportación del canal moderno de “**TESALIA SPRINGS COMPANY**”, determinando su incidencia en el cumplimiento de los tiempos de entrega y los costos logísticos de transporte.
- Proponer mejoras al proceso de transportación de productos del canal moderno en la empresa de “**TESALIA SPRINGS COMPANY**”.

1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Conveniencia

La presente investigación permitirá realizar un estudio para diagnosticar las causas que originan que los pedidos de los clientes de canal moderno se entreguen fuera de tiempo, lo cual permitirá proponer medidas o acciones de mejora y como resultado conducirá a llegar a tiempo y reducir los costos logísticos.

La Relevancia Social

Del trabajo radica en que aportará con beneficios para los clientes del canal moderno y a los dueños de la empresa “**TESALIA SPRINGS COMPANY**”. Los beneficios están alrededor del proceso de servicio en la distribución logística, mejora el cumplimiento de tiempos de entregas y disminución de los costos, así como las condiciones de calidad de vida

de los trabajadores con jornadas extendidas, como lo exige el Plan Desarrollo 2017-2021 Toda una vida.

La Implicación práctica va a estar presente en todo el desarrollo de la propuesta para dar un cambio positivo en sus procesos internos que sean sostenibles en el día a día, así como lograr satisfacer las necesidades de los clientes de canal moderno con la entrega de los pedidos a tiempo obteniendo un excelente nivel de servicio y la confianza del cliente.

La utilidad metodológica el resultado de las propuestas de mejora contribuirá a la empresa “**TESALIA SPRINGS COMPANY**” como guía en sus labores diarias en cuanto a la preparación logística de los clientes canal moderno, así como referencia para otros canales Logísticos que se administran en la empresa, esto se lo puede ejecutar con una o más variables.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO.

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.1 Antecedentes Históricos

La logística internacional se distingue de la logística doméstica por el hecho de que las mercancías son movidas entre países que difieren considerablemente entre sí. En ese contexto, el transporte transfronterizo adquiere singular importancia por ser éste, el modo más utilizado para completar la cadena logística. Meersman y Van de Voorde (2001), reconocen que expandir las operaciones de la arena doméstica a la internacional trae consigo problemas muy específicos, con un alto nivel de complejidad porque tienen que combinarse variables culturales, políticas, tecnológicas y económicas. Dichos autores advierten que los bienes movidos a través de la frontera entran a un ambiente completamente diferente. Entre las diferencias principales destacan que las restricciones legales, actitudes culturales, disponibilidad de infraestructura y posiblemente restricciones del uso del dinero, son los principales factores a tener en cuenta. Para el caso particular del autotransporte transfronterizo entre México y Estados Unidos, este modo enfrentan algunos de estos elementos, incluso antes de la apertura fronteriza, afectando las operaciones logísticas y el costo de los interesados. (Torre, 2009)

El proceso de transporte también es considerado como un proceso calificador en la gestión y administración de las Cadenas de Logística y

además, generalmente representa un costo importante del total del costo logístico. Por tal consideración se hace prioritario en las cadenas de logística de las empresas el manejar y planificar adecuadamente sus redes de transporte y distribución. (Size, 2013)

El transporte transfronterizo puede definirse como el servicio internacional que permite el envío de mercancías desde un país exportador hasta otro importador cumpliendo pautas del tránsito aduanero internacional, sujeto a leyes y estatutos internacionales sobre operación de los servicios, utilizando empresas apropiadamente registradas y habilitadas por los distintos países por donde circulará la carga. Particularmente, desde el punto vista teórico, este tipo de transporte es una opción que permite un flujo continuo de las mercancías al cruce de la frontera. (Jiménez & Martínez, 2009)

El transporte forma parte de la logística, que es el conjunto de medios y métodos que permiten organizar un servicio o una empresa. En el mundo del comercio, la logística está vinculada a la colocación de bienes en el lugar preciso, en el momento apropiado y bajo las condiciones adecuadas. Por tanto, el transporte de mercancías, se encuentra dentro ella. El objetivo de una empresa es garantizar la correcta distribución y comercialización de los productos al menor costo posible. En este sentido, el transporte incluye tanto los vehículos como las infraestructuras relacionadas (camiones, barcos, trenes de carga, carreteras, puertos entre otros. (Pérez & Gardey,2012)

Un tiempo de entrega (o lead time) es el retraso entre el inicio y la finalización de un proceso. En las cadenas de suministro, cada vez que se compra, se transforma o se arregla un producto, los tiempos de entrega se suelen medir en los días que se emplean para completar este proceso. Desde el punto de vista de la planificación, los tiempos de entrega son importantes porque implican que la mayoría de las decisiones de rutina deben tomarse con anticipación para lograr el efecto buscado, como el de mantener la calidad del servicio. La necesidad de pronosticar la demanda

generalmente surge, además, de la existencia de tiempos de entrega, ya que la idoneidad de una decisión como la de un reabastecimiento de inventario depende de eventos futuros desconocidos que afectarán a la cadena de suministro mientras dure el tiempo de entrega. (Vermorel, 2020)

Un proceso es una secuencia de acciones que se llevan a cabo para lograr un fin determinado. Se trata de un concepto aplicable a muchos ámbitos, a la empresa, a la química, a la informática, a la biología, a la física, entre otros. Un proceso se trata entonces, en general, de una serie de operaciones realizadas en orden específico y con un objetivo. Cabe señalar que nos hemos referido a un proceso como producto de la acción humana. Sin embargo, también existen aquellos procesos naturales que se componen por fenómenos sucesivos donde no interviene la mano de los humanos. Nos referimos, por ejemplo, a cuando el agua del mar se condensa, convirtiéndose en nubes que luego llegarán a provocar lluvias. (Westreichder, 2021)

Los canales de distribución son el medio a través del cual una empresa fabricante elige hacer llegar sus productos al consumidor final, procurando que sea lo más rentable y eficiente posible.

Los canales de distribución los conforman empresas prestadoras de servicios que investigan el mercado, promocionan los productos y negocian con clientes potenciales sobre precios, modalidades de entrega e inventarios sobre la cantidad de producto que necesitan.

En un canal de distribución participan tres factores importantes:

Los productores, los mayoristas y por último, los minoristas.

Estos participantes pueden ser almacenes, empresas de transporte, comercios, entre otros. (Content, 2019)

Para (García, 2017) la distribución se relaciona al conjunto de acciones que se llevan a cabo desde que un producto se elabora por parte del fabricante hasta que es comprado por el consumidor final. El objetivo de la distribución es garantizar la llegada de un producto o bien hasta el cliente.

El coste logístico, o costo logístico, es la suma de aquellos costos ocultos que se producen por la sucesión de actividades como el almacenaje o el transporte de un bien, desde el productor hasta el comprador final.

¿Qué elementos incluye el costo logístico?

Cuando hablamos del costo logístico hablamos de un cómputo de costes, que se pueden desglosar en distintos servicios, como los siguientes:

Almacenamiento; Transporte:

Aprovisionamiento; Mantenimiento;

Inventarios; Distribución de productos terminados.

Coste del personal necesario para el desarrollo de estas actividades.

Tipos de costes logísticos

Costes operacionales: Son aquellos que están relacionados con las facilidades logísticas. Un ejemplo pueden ser los almacenes, mercados, centros de distribución, etc.

Costes de transportación: Son aquellos que están relacionados con el movimiento de las mercancías. Un movimiento que va desde su origen hasta los respectivos destinos.

¿Cómo se miden los costes logísticos?

Para la medición de los costes logísticos se utiliza lo que se conoce como indicadores logísticos. Estos son índices que permiten clarificar y definir los objetivos, así como impactos, que se pretenden alcanzar durante el proceso logístico. Por tanto, son medidas que nos permiten identificar desviaciones, así como cumplimientos, en las metas planteadas. De esta forma, podemos evaluar y estimar el coste del proceso logístico, así como posibles incrementos o decrementos derivados de actividades complementarias o desviaciones.

Así, entre los indicadores logísticos más utilizados se encuentran:

El abastecimiento:

El almacenamiento:

Los inventarios

El transporte:

El servicio al cliente

Datos financieros:

El proceso de transporte también es considerado como un proceso crítico en la gestión y administración de las Cadenas de Logística y además, generalmente representa un costo importante del total del costo logístico. Por tal consideración se hace prioritario en las cadenas de logística de las empresas el manejar y planificar adecuadamente sus redes de transporte y distribución.

(Transeop, 2021) Del 2.900 al 2.800 a.C. la logística militar se basaba en el aprovisionamiento de recursos y materiales.

A partir de 1950 la capacidad de producción y venta era superior a la distribución, por lo que comenzaron las dificultades en la entrega puntual y eficiente de recursos.

En 1960 la logística sufre una transición al desarrollar los primeros centros de distribución y medios de transporte.

En los años 80 comienza a cobrar verdadera relevancia los tiempos de entrega y la gestión de materiales, así como el servicio al cliente. Para ello, se aumentó la productividad de las plantas distribuidoras y se racionalizaron correctamente los servicios de transporte.

Ya en 1980 con la aparición de la globalización, el aumento de las operaciones a nivel internacional conllevaba a la integración y el control de todas las operaciones.

Definición de la función logística Una vez descrita la evolución histórica de la función logística, se procede, a continuación, a revisar la literatura con el

objetivo de delimitar su contenido, a partir de una descripción de su naturaleza y alcance. El cuadro 4 recoge las diferentes acepciones terminológicas referidas a la función logística a lo largo del tiempo. Desde las etapas iniciales, cuando la función logística era definida y concebida como distribución física, hasta la época reciente, en la que la función logística adquiere su máxima amplitud. Para la elaboración de este cuadro se utilizaron cuatro variables:

- El momento temporal de la definición, marcado por el año de publicación de la misma.
- El autor de la definición: en ocasiones, en el cuadro aparecen dos o más definiciones de un mismo autor en diferentes momentos, con el objetivo de que el lector pueda analizar la evolución de la definición.
- La propia definición.
- La relevancia de la publicación (indexación en bases de datos) y del artículo (número de citas).

La Distribución es la asignación de transporte en toda empresa, corporación, industria, para la entrega de pedidos a los clientes de canal moderno y tradicional, esto bajo un control de asignación de transportes lo que constituye un factor clave para el óptimo nivel de servicio con bajos costos logísticos, aplicando las buenas prácticas y buen uso de los recursos que ofrece la empresa, cumpliendo una función muy importante en el ciclo de la distribución, garantizando el proceso de transportación de canal moderno.

(Flynn, 2012) Define la logística de la siguiente manera: La logística es la administración de inventarios en movimiento y reposo, aquella parte de la cadena de suministro que planea, implementa y controla el flujo y almacenamiento eficientes y efectivos de bienes, servicios e información relacionada desde el punto de origen hasta el punto de consumo para satisfacer las necesidades del cliente. Los costos de la logística se pueden dividir en tres categorías:

1. De mantenimiento del inventario
2. Administrativo
3. Transporte.

El transporte representa la mayoría de los costos de la logística. De acuerdo con el tipo de bienes que se manejen, el transporte puede significar tanto como 40% del costo total de un artículo, en particular cuando se trata de un bien con un valor relativamente bajo, voluminoso y pesado. Si la minimización de los costos fuera el único objetivo de la adquisición de servicios de transporte, la tarea sería fácil. Sin embargo, el comprador debe contemplar no sólo el costo sino también el servicio que le proporcionan.

Característica de la Logística.

Los aspectos importantes de la logística dentro del proceso de distribución cuentan con diferentes características que se deben tener en consideración para llevar a cabo una correcta cadena de abastecimiento y que se detalla a continuación:

- Contar con buenos canales de comunicación internos y externos
- Mejorar tiempos de distribución y respetar los tiempos de entrega
- Estar abiertos ante los cambios de oferta y demanda del mercado
- Contar con personal adecuado para el buen funcionamiento

Un modo de transporte es un medio a través del cual las personas, los fletes o la información adquieren movilidad. Los tres medios básicos de la movilidad son: tierra (caminos, ferrocarriles y gasoductos), agua y aire.

Un transportista traslada propiedades o personas a través de camiones, automóviles, taxis, autobuses, carreteras, barcos, aviones) casi siempre a cambio de una cuota.

Las principales características del transporte son:

- Carreteras

- Carreteras y transportes combinados (intermodales)
- Gasoductos
- Aire
- Agua
- Ondas de frecuencia de radio.

Lineamientos de la Logística.

Para cumplir los objetivos de la logística y cadena de suministro se llevan a cabo varios parámetros como:

- Procesamiento de los pedidos: es todo lo relacionado con las órdenes de compra y/o pedidos
- Manejo de materiales: engloba todos los medios materiales para mover los productos tanto en los almacenes como en los puntos de venta (cintas, transportadoras, carretillas, etc.)
- Embalaje: son los sistemas utilizados para la protección y conservación de los productos
- Transporte de la mercancía: Se basa en determinar los medios y los canales para transportar el producto ya sea por mar, tierra, aéreo, así como la planificación de rutas.
- Almacenamiento: es el resguardo del producto, dimensión y características del almacén.
- Control de stock: determina las existencias del producto que el vendedor debe tener disponibles para la venta y ayuda a mantener el producto vigente para el consumidor.
- Servicio al cliente: Incluye los servicios y medios necesarios para que el cliente adquiera el producto. Por lo general una herramienta muy útil son los CRM que se llega a convertir en un pilar importante

dentro de las empresas para el manejo y servicio al cliente, así como para el control de stock, campañas, etc.

Estrategia de logística y de transporte.

Muchas empresas, en especial las más grandes, consideran que pueden mejorar el servicio al cliente y reducir los costos mediante la subcontratación de múltiples funciones logísticas.

En una empresa muy grande, la función de la logística se puede especializar aún más, tomando como base el propósito del embarque; por ejemplo, un productor de automóviles puede tener tres departamentos separados: uno relacionado con los embarques de materiales de llegada, otro que toma las decisiones sobre el movimiento de los materiales dentro de la planta o entre las plantas y un tercero que se ocupa del embarque de productos terminados en los canales de distribución hacia los clientes.

El desarrollo de una estrategia de transporte y de logística debe incluir:

- **Análisis de precios:** Las tarifas varían en forma sustancial y las decisiones deben tomar sólo después de considerar todas las posibilidades.
- **Consolidación de fletes:** siempre que sea posible los descuentos por volumen pueden reducir los costos de transporte en forma sustancial.
- **Análisis y evaluación de proveedores:** Los sistemas de selección y evaluación del transportista pueden proporcionar los datos necesarios para realizar una mejor toma de decisiones.
- **Reevaluación de las posibilidades de usar diferentes modos de transporte:** Este enfoque uso de transportes privados y combinados, como el transporte a cuestras.

- Desarrollo de una relación más cercana con los transportistas seleccionados: Los datos que permitan una mejor planeación de las necesidades de transporte deben compartirse para tomar ventaja del conocimiento especializado tanto del comprador como del transportista.
- Reducciones/análisis de costos: Los contratos a largo plazo, las asociaciones, la participación de terceros, la consolidación de fletes, las estadías excesivas, los empaques, y las necesidades de servicio, de calidad y de entrega ofrecen oportunidades para reducir costos.
- Subcontrataciones, logística de terceras partes, contrataciones externas: A medida que las organizaciones reducen su personal, se concentran en las habilidades fundamentales y se enfrentan a una competencia basada en el tiempo, debe considerarse la decisión de contratar con una o varias compañías el suministro de servicios completos de logística.
- Consideraciones de Seguridad: Los aspectos de la seguridad pueden estar relacionados con la disminución de las presiones sobre el ingreso del conductor desde la regulación, y con exigencias del consignador que pueden dar como resultado que tanto él como los transportistas se pongan de acuerdo en programas de entrega poco realistas y legalmente inalcanzables.
- Factores ambientales: Las crecientes preocupaciones por un aire y agua limpios, por el transporte de materiales peligrosos y por el consumo de combustible/energía también son aspectos que se deben tomar en cuenta.

2.1.2 Antecedentes Referenciales

Se ejecuta una investigación en proyecto de grado de forma efectiva para poder conocer los estudios efectuados por diferentes autores sobre el tema proyectado. A continuación se especifican:

Institución: Universidad Estatal de Milagro

FACULTAD: UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

Tema: ESTUDIO PARA MEJORAR EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA D'SANT

Autor: ZULEYKA ALVARADO VELOZ & JUANA GUARANDA ROJAS

Fecha de realización: 2013

En el actual trabajo de indagación se han puesto sobre relieve algunos inconvenientes que estaban pendientes de una solución que proceda de un estudio científico, en este caso las dificultades del producto Cloro D'Sant, que residen en problemas de infraestructura, de escaso posicionamiento en el mercado y de un decrecimiento evidente en el nivel de ventas del mismo producto, se acudió a las hipótesis del manejo de los diversos tipos de canales de distribución, mediante lo que se plantearon las hipótesis que sostienen las causas de estos inconvenientes, tras el uso de técnicas como la entrevista y la encuesta las hipótesis quedaron comprobadas, por esta razón se plantea fortalecer el canal de distribución corto mediante el mejoramiento de la infraestructura física productiva, el cambio en la distribución del área de ventas, entonces la indagación de nuevos clientes al estar listos para producir de acuerdo a la demandas del mercado. (Veloz & Rojas, 2013)

Institución: Universidad Católica del Ecuador sede Ambato

FACULTAD: DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADOS

Tema: DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN BASADO EN LA LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN PARA UNA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS.

Autor: DIEGO FERNANDO PAZMIÑO CHIGUANGO

Fecha de realización: 2015

El delineación de un Modelo de Gestión establecido en la Logística y Distribución para una empresa de consumo masivo de bebidas no alcohólicas que contiene este documento, tiene técnicas logísticas que se llevan a cabo dentro del Centro de Distribución de Bodega, contribuyendo con métodos de perfeccionamiento y valor agregado (Pazmiño, 2015)

Institución: Universidad de Guayaquil

FACULTAD: DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL

Tema: "PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO LOGÍSTICO DE LA EMPRESA TRAMACOEXPRESS CIA.LTDA DEL CANTÓN DURÁN".

Autor: QUINTERO CAICEDO ANA KATHERINE & SOTOMAYOR SELLAN JOMAIRA MADELAINE

Año de realización: 2018

El personal de la empresa no es perennemente capacitado lo que ha provocado desorden por desconocimiento de los métodos dentro del área de Logística de la empresa, los vehículos se hallan en mal estado por falta de 3 esquemas de mantenimiento y no se cuenta con suficientes conductores lo que ocasiona el retraso de los envíos. El régimen informático SLAC no es manejado apropiadamente por el personal que labora dentro de las diferentes áreas de la empresa, no se ingresa la información en el momento oportuno retrasando así los procesos que se desarrollan diariamente en área logística por falta de indagación en la plataforma. La falta de materiales para la administración de la carga es una de las causas por las que esta llega a su destino en mal estado, recibiendo quejas de los clientes que hacen uso del servicio. (Quintero & Sotomayor, 2018)

Semejante

Ambos autores de cada proyecto están enfocados en implementar, métodos logísticos para mejorar la distribución de los productos de cada

empresa, para que de esta manera puedan lleguen en buenos estados y en el tiempo indicado, y así poder mantener los clientes satisfechos con los servicios que brindan las empresas.

Diferencia

Cada uno de ellos está enfocado en la logística, pero en diferentes áreas de las empresas unos para transporte, otros para que capaciten al personal, ya que no tienen conocimiento de lo que se realiza en lagunas áreas y esto causa molestia al cliente, y retraso la entrega de los productos.

2.2. Fundamentación Legal

Ley Nº 2. ANTICIPA TUS SOLUCIONES A LOS PROBLEMAS QUE TE LLEGARÁN

En Logística es fundamental conocer todo lo que puede salir mal, porque sucederá. Hay que tener planes de contingencia para todo, medios alternativos, soluciones y trucos para pasar medios de una actividad o necesidad a otra más urgente y muchas cosas más. Imagina lo peor y tenlo solucionado antes de que suceda.

Ley Nº 3. SOLUCIONA LOS PROBLEMAS DE RAÍZ O CRECERÁN Y TE DESTRUIRÁN.

En Logística no puede haber problemas que se repitan, porque no hay tiempo para poder resolverlos. Es fundamental que a la hora de detectarse un problema haya métodos para abordarlos en profundidad, paliarlos con medidas de contingencia y resolver su causa raíz. O se hace esto, o los problemas se acumularán y desembocarán el caos absoluto que acabe con tu carrera en tu empresa.

LEY ORGANICA DE TRANSPORTE TERRESTRE TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL

Ley 1

Registro Oficial Suplemento 398 de 07-ago.-2008

Última modificación: 31-dic.-2014

Estado: Vigente

LEY ORGANICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto la organización, planificación, fomento, regulación, modernización y control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladan de un lugar a otro por la red vial del territorio ecuatoriano, y a las personas y lugares expuestos a las contingencias de dicho desplazamiento, contribuyendo al desarrollo socio-económico del país en aras de lograr el bienestar general de los ciudadanos.

Art. 2.- La presente Ley se fundamenta en los siguientes principios generales: el derecho a la vida, al libre tránsito y la movilidad, la formalización del sector lucha contra la corrupción, mejorar la calidad de vida del ciudadano, preservación del ambiente, desconcentración y descentralización interculturalidad e inclusión a personas con discapacidad. En cuanto al transporte terrestre, tránsito y seguridad vial, se fundamenta en: la equidad y solidaridad social, derecho a la movilidad de personas y bienes, respeto y obediencia a las normas y regulaciones de circulación, atención al colectivo de personas vulnerables, recuperación del espacio público en beneficio de los peatones y transportes no motorizados y la concepción de áreas urbanas o ciudades amigables.

Art. 3.- El Estado garantizará que la prestación del servicio de transporte público se ajuste a los principios de seguridad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, continuidad y calidad, con tarifas socialmente justas.

CAPITULO VI DE LOS TÍTULOS HABILITANTES PARA CONDUCCIÓN DE VEHÍCULOS. CAPÍTULO ÚNICO DE LA MATRÍCULA.

Art.- 160.- Vehículos que no posean el sticker de la matrícula y la revisión técnica vigente no podrán circular en territorio ecuatoriano, de incumplir con este artículo los agentes de tránsito tienen la potestad de aprehender el vehículo hasta que el dueño cancele los valores pendientes de la matrícula.

CAPÍTULO II DE LA CIRCULACIÓN VEHÍCULAR.

Art.- 170.- Los vehículos deben contar siempre con botiquín de emergencias, cajas de herramientas, llantas de emergencias, dos triángulos equiláteros retroreflectivos y extintor. **Art. 171.-** Prohíbe la circulación de vehículos con neumáticos deteriorados, en mal estado o que tengan el labrado inferior a 1.6 mm.

REFORMA DE LA “ORDENANZA QUE REGULA MEDIDAS ESPECIALES EN MATERIA DE CIRCULACIÓN, CARGA Y DESCARGA DE PRODUCTOS Y MERCADERÍAS EN ZONAS DE ALTO IMPACTO DE TRÁFICO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”.

Art. 3.- En las vías de acceso y zonas de los proyectos urbanísticos Puerto Santa Ana y Ciudad del Río, ubicadas en las calles s/n. a continuación de la Av. Juan Xavier Marcos y Aguirre, se prohíbe la circulación de camiones y furgones de todo tipo y las operaciones de carga y descarga de bienes, entre las 06h00 y 20h00." En las vías delimitadas en este artículo rige un horario especial de circulación, carga y descarga diurna entre las 10h00 y 17h00, para camiones o furgones en general, los que podrán circular en las vías antes descritas, y podrán realizar operaciones de carga y descarga de mercaderías únicamente dentro de los predios del destinatario o remitente de la mercadería, y no en la vía ni en áreas públicas.

2.3. Variables de Investigación

Variable Independiente: Proceso de transporte

El proceso de transporte también es estimado como un proceso examinador en la gestión y administración de las Cadenas de Logística y además, totalmente incorpora un costo importante del total del costo logístico. Por tal consideración se hace prioritario en las series de logística de las compañías el manejar y planear adecuadamente sus redes de transporte y distribución. (Vallejo A., 2019)

Transportación se utiliza para narrar al acto y consecuencia de transportar algo de un lugar a otro. También permite nombrar a aquellos

artilugios o vehículos que sirven para tal efecto, llevando individuos o mercaderías desde un determinado sitio hasta otro.

El transporte forma parte de la logística, que es el conjunto de medios y métodos que permiten organizar un servicio o una empresa.

Tipos de transporte logístico

Transporte logístico aéreo

Transporte logístico marítimo

Transporte logístico terrestre

Transporte logístico por carretera

Plazo de Entrega

De hecho, los clientes alcanzan o tener una percepción positiva sobre el tiempo de entrega, pero el plazo de entrega de la empresa no se reduce incondicional a esta acción. Esto se debe a que para entender mejor este concepto en el mundo real, debemos conocer como el tiempo que tarda un artículo en pasar por todos los pasos de producción dentro de la cadena de suministro

Factores que influyen en el plazo de entrega

- Proveedores
- Ubicación geográfica del proveedor
- Fecha de compra
- Impuestos

El cálculo correcto de los plazos de entrega

Saber cómo calcular apropiadamente el tiempo de entrega es una habilidad que aporta muchos beneficios a las operaciones de la empresa y al servicio al cliente.

- Haga una lista de todos los productos pedidos
- Conozca el período de adquisición requerido para cada artículo

- Separe todos los artículos con plazos de entrega más largos
- Determine la cantidad de días y horas para fabricar un producto o brindar un servicio
- Agregar tiempos de espera y variables. (Vallejo A., 2019)

Variable Dependiente

Tiempos de entrega: se emplea, entre otros, a los sectores minorista, mayorista y de elaboración, sectores que tienen un inventario para utilizar a los clientes.

Tiempo de entrega es la demanda total entre el actual y el tiempo anticipado para la entrega después de la siguiente, si se ejecuta una reorden actualmente para abastecer el inventario. (Vermorel, Lokad, 2014)

La logística es el proceso de manejar estratégicamente la adquisición, el movimiento y el acaparamiento de materiales, partes e inventario terminado a través de la distribución y sus canales de marketing, de forma que la rentabilidad existente y la futura sean extendidas a través de un procesamiento de pedidos eficaz en costes. (Melero, 2018)

2.4. Glosario de términos

Procesos

Proceso es el que describe la labor de avanzar o ir para adelante, al paso del tiempo y al conjunto de fases sucesivas advertidas en un fenómeno original o necesario para especificar una operación artificial. (Pérez & Gardey, 2012)

Distribución

Es un conjunto de estrategias, técnicas y actividades que admite el traspaso de productos y/o servicios desde su fase final de elaboración y acabado hasta el lugar que esté disponible para el cliente o consumidor final, desempeñando con los tiempos, cantidades y condiciones que los clientes deseen o necesiten. (Díaz A., 2013)

El cross docking

El cross docking es un tipo de habilidades en marketing que permite a las compañías a diseñar modelos de distribución de sus bienes de modo que se evite el almacenamiento extendido y sea posible su entrada y salida desde un punto de vista de eficacia logística. (Sánchez, 2017)

Tiempo de entrega

Tiempo de entrega es el retraso entre el inicio y la finalización de un proceso. En las cadenas de suministro, cada vez que se compra, se transforma o se arregla un producto, los tiempos de entrega se suelen medir en los días que se emplean para completar este proceso.

Canales de distribución

Galán indica que los canales de distribución están definidos por las diferentes etapas por las que un producto pasa, de modo que su propiedad va cruzando de unas manos a otras. Desde el ejecutor al consumidor o usuario final. (Galán, 2015)

Logística

La logística es una acción administrativa que comprende la planeación y la realización de funciones como almacenamiento, abastecimiento, distribución, transportación y sustento de productos para que lleguen en tiempo y forma con el cliente o destino. (Santana, 2021)

Costos

Costo es una variable del sector económico que representa la totalidad del gasto económico de una producción. Esta suma es la más significativo que se ejecuta en la estadística de las compañías, pues luego de realizada esta, se establece cuál será el precio del producto manufacturado que saldrá a la venta al público. Personifica la inversión que se hace para la producción. (Perez M, 2021)

Cliente

Un cliente es una persona o entidad encargada de la compra de los bienes y servicios que brinda una compañía. (Quiroa, 2019)

Transporte

El transporte se utiliza de diversas maneras, aunque habitualmente la idea de transporte se relaciona con los medios de transporte, es decir, aquellos vehículos que se utilizan para transportar o trasladar personas u objetos. (Bembibre C., Definición, 2010)

Para Pérez el transporte es un medio de transferencia de personas o mercancías de un lugar a otro, y está estimado como una diligencia del sector terciario. El traslado permite el desarrollo económico y las posibilidades de mejora de una nación. (Perez M, 2021)

Canal

Para (Acosta, 2017) un canal de distribución no es otra cosa que la forma de hacer llegar un producto desde su punto de origen hasta el consumidor final.

Producto

Para el autor (Thompson, 2021) producto es el punto central de la oferta que realiza toda organización (ya sea lucrativa o no) a su mercado meta para satisfacer sus necesidades y deseos, con la finalidad de lograr los objetivos que persigue.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Presentación de la empresa

Tesalia Springs Company es la primera empresa de agua embotellada y procedente del Ecuador. Todo el esfuerzo y dedicación de un grupo de empresarios ecuatorianos se ve reflejado en el liderazgo consolidado de la marca en el mercado nacional e internacional.

Indiscutiblemente “**Tesalia Springs Company**” se ha asegurado como una de las entidades corporativas más importantes del Ecuador. Su historia y trayectoria datan de finales del siglo XIX, y la convierten en un referente de tenacidad y buen manejo empresarial, por su crecimiento sostenido e innovación constante. La calidad de productos como Güitig, 220V y Tesalia.

Tesalia es una compañía de bebidas de las américas, es una empresa multilatina líder en elaboración y distribución de bebidas. Fundada en Guatemala en 1885, hoy en día está presente en 18 países de Latinoamérica, cuenta con 14 plantas de operaciones y más de 9 mil colaboradores. Junto a sus socios estratégicos PepsiCo, AmBev, y Beliv, también posee un portafolio con más de 200 marcas, poniendo a disposición de sus consumidores una bebida para cada momento de consumo y distintos estilos de vida. Cbc es el embotellado de PepsiCo más antiguo fuera de Estados Unidos, con más de 70 años de relación

corporativa y reconocida en seis ocasiones como el “Mejor embotellador de América” y en 2012 como el “Mejor embotellado a nivel Global”.

3.1.1 Misión

Somos gente competitiva que crea relaciones sólidas con nuestros clientes y consumidores a través de las mejores propuestas de valor.

3.1.2 Visión

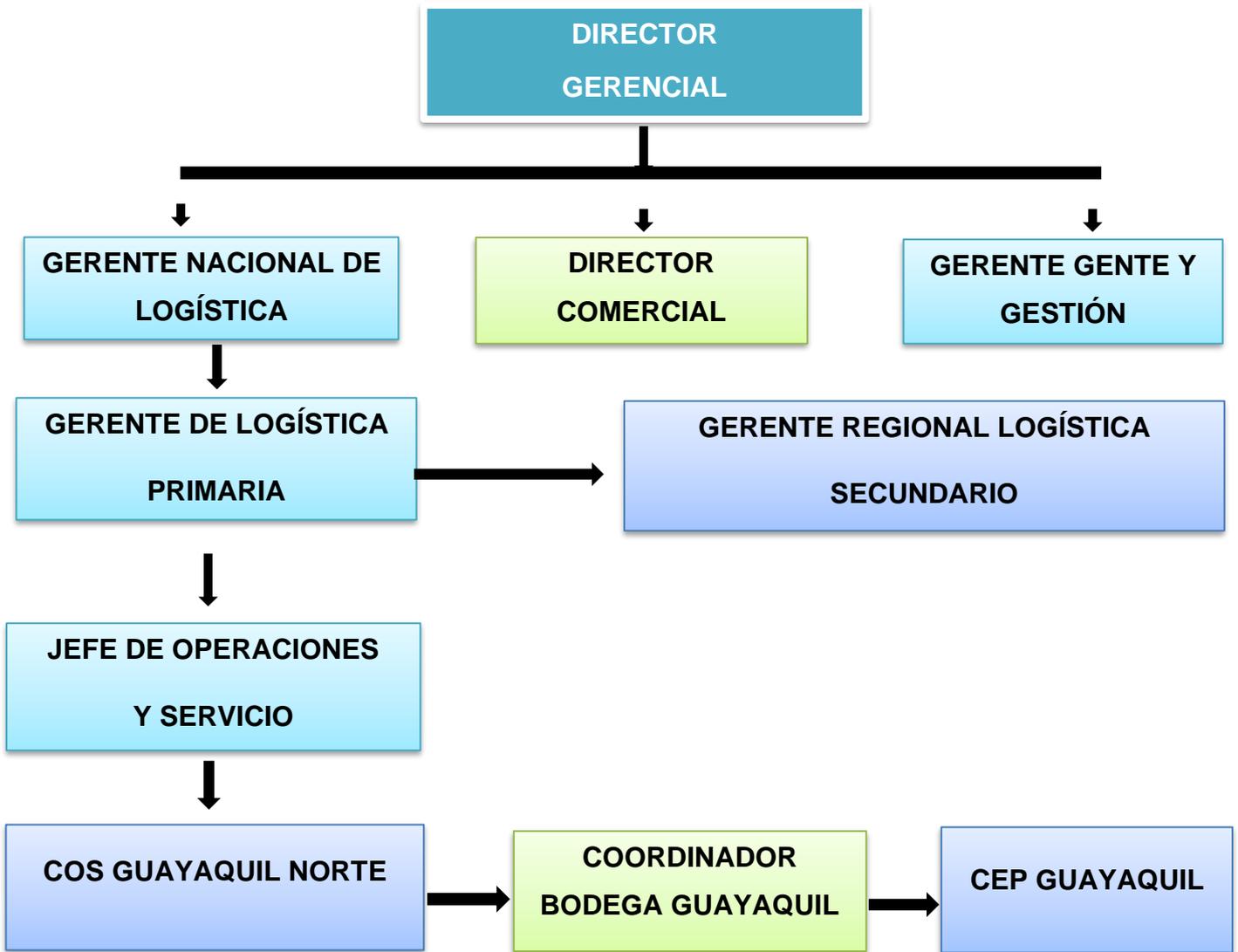
Ser la mejor compañía de bebidas de las Américas, creando valor sostenible, ofreciendo a nuestros consumidores las mejores experiencias con nuestras marcas, contribuyendo a un mundo mejor.

3.1.3 Valores

- Espíritu de Equipo
- Pasión
- Compromiso
- Honestidad
- Tradición e innovación.

3.1.4 Organigrama

Organigrama" Tesalia Springs Company"



Elaborado por: el investigador

Plantilla de los trabajadores

En este cuadro se describe los cargos, ocupaciones, lugar entre otros que ocupa cada colaborador de la empresa en sus diferentes áreas de trabajo dentro y fuera de la institución “**Tesalia Springs Company.**”

PLANTILLA DE TRABAJADORES	
GERENTE	1
VERIFICADOR	35
AUXILIAR DE BODEGA	152
CEP	13
LIQUIDADOR	26
JEFE DE OPERADOR	5
OPERADOR	20

Elaborado por: el investigador

Clientes, proveedores más importantes.

Los clientes son lo más importantes para la empresa “**Tesalia Springs Company**”, y es por ello que se debe proteger y brindar un excelente servicio a los clientes.



Elaborado por: el investigador

Descripción de productos “Tesalia Springs Company”.

La empresa “**Tesalia Springs Company**” posee las siguientes líneas de productos de bebidas no alcohólicas a nivel nacional, que distribuye a las empresas como: Mi Comisariato, Supermercado Santa Marianita y KFC.

Productos de Bebidas	Catálogo de Productos
Agua Mineral sin Gas Tesalia	
Jugos y Bebidas de Frutas	
Cocteles de Alcohol	

<p>Agua Vitaminizada Tesalia Vitamina Water</p>	
<p>Agua Mineral Pura de Fuente con Gas Natural Guitig Essences</p>	
<p>Agua Mineral con Gas Natural Guitig</p>	

Elaborado por: el investigador

3.2 Diseño de la investigación

Se examinan todas las guías, tipo de estudio, métodos de investigación que le dará validez a la tesina, así mismo las distintas recolecciones de datos para mostrar la problemática de la compañía y así proyectar la mejor propuesta.

3.2.1. Tipos de investigación

Los tipos de investigación realizados en este trabajo de investigación son:

3.2.2. Descriptiva:

El actual trabajo de investigación procura realizar un tipo de investigación descriptiva, ya que consiste en describir la situación presente de la empresa, examinando las falencias presentadas y así aplicar los resultados alcanzados para el mejoramiento de las áreas de la empresa **“Tesalia Springs Company”**.

3.2.3. Explicativa:

Se empleó el tipo investigación explicativa para detallar la problemática que existe en la empresa **“Tesalia Springs Company”** relacionada a las causas que han inducido esta situación y los efectos que ha provocado la misma; tales como el proceso de transportación de productos, es una empresa grande que no cuenta con una buena estructura logística, el cumplimiento de los tiempos de entrega al cliente y en el incremento de los costos logísticos de transporte.

3.4. Universo y Muestra

.1.4.1. Población

Población se diferencia del pueblo, en que si bien este expresa hoy la totalidad de los habitantes pertenecientes a un territorio del estado, esta totalidad es considerada como integrando un cuerpo político, con historia y caracteres peculiares, con la posibilidad de participar políticamente, de adoptar medidas en las democracias mediante el voto, en ese sentido, el pueblo participa políticamente, vota y toma decisiones en ese terreno, justamente el terreno político. (Hernández, 2015)

La población es el conjunto de personas o animales de la misma especie que se hallan en un período y lugar determinado. (Westreicher G. , 2020)

El investigador considera una población de 560 clientes de la compañía “**Tesalia Springs Company**”, que están implicado directamente.

3.4.2. Muestra

Para el autor (López P., 2004) la muestreo es el método utilizado para seleccionar a los componentes de la muestra del total de la población. "Consiste en un conjunto de reglas, procedimientos y criterios mediante los cuales se selecciona un conjunto de elementos de una población que representan lo que sucede en toda esa población.

Para (López J., 2018) la muestra estadística es un subconjunto de datos perteneciente a una población de datos. Estadísticamente hablando, debe estar constituido por un cierto número de observaciones que representen adecuadamente el total de los datos.

Para calcular la muestra el investigador utilizo la fórmula de calculadora de la ecuación. (Economía) La cual arrojo, un 5% de margen de error, 95% de nivel de confianza y el tamaño de la muestra es de 229 clientes.

Calculo del tamaño de la muestra

La fórmula que se aplico es la ecuación cálculo de muestra:

$$N = \frac{Z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{Z^2(p \cdot q)}{N}}$$

Donde:

n= Muestra; Segmento de la población que se estudiara

z= Confiabilidad; porcentaje de significación que tendrá la muestra será de: 1.96

p= Proporción de la población con la característica deseada: 0.95

q= Proporción de la población sin la característica deseada: **0.05**

e= Porcentaje de error de la muestra: 5%

N=Población; número total de Personas Económicamente Activa: 560

Aplicando la formula da como resultado:

$$\frac{\frac{z^2(p*q)}{E^2 + \frac{z^2(p*q)}{N}}}{0.05^2 + (1.96^2(0.95*0.05))}$$

560

n= 229

Una vez realizado la fórmula del cálculo de la muestra, se pudo adquirir una muestra de 229 personas por encuestar.

3.5 TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS

3.2.1. Método estadístico

El actual trabajo de indagación aplico el método estadístico ya que la herramienta a utilizar para la recopilación de información se obtuvo del cuestionario que permite explicar los datos numéricos en forma tabulados, gráficos y así implantar valores porcentuales de los resultados alcanzados en el cuestionario verificando la conformidad de los clientes.

3.3.3 Enfoque de investigación

3.3.4 Mixto

El enfoque de la indagación es mixto porque se utiliza la metodología cualitativa y la metodología cuantitativa a través del empleo de las técnicas de la indagación como la observación, entrevista y encuesta.

3.3.5. Método empírico

Es un método para recolectar datos muy trascendentales en la investigación ya que admite proporcionar una observación visual de los hechos que ocurren en la empresa “**Tesalia Springs Company**”, que se aplicaran dentro del plan de proponer mejoras al proceso de transportación de productos del canal moderno, por lo tanto, se estudió el contenido de cierto conceptos de autores aplicado sobre el análisis del proceso. Se utilizaron los métodos de la observación, entrevista y encuesta.

3.3.3. Observación

Para el autor (Martínez, 2007), La observación y fundamentalmente los registros escritos de lo observado, se constituyen en la técnica – e instrumento básico para producir descripciones de calidad. Dichos registros se producen sobre una realidad, desde la cual se define un objeto de estudio. Vale la pena destacar que tanto la observación como el registro se matizan en el terreno, en el que la experiencia y la intencionalidad del investigador imperan sus cuestionamientos

Según el autor (Pasek, 2008) La observación es la técnica más importante de toda investigación, por lo que sugiere que se debe desarrollar el gusto y la capacidad de observación, en la que se le ofrezcan a los niños estímulos para que aprendan a agudizar todos sus sentidos y registrar sus observaciones.

Para el autor (Díaz L, 2011). ” La observación es un elemento fundamental de todo proceso de investigación; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación”.

La observación se ha registrado a través de las notas de campo, de sistemas categoriales emergentes, y de la reconstrucción de la realidad, para comenzar nuevamente el ciclo con una nueva observación. Además de adquirir y desarrollar estas destrezas cognitivas-rationales, se ha intentado traspasar al plano de los aprendizajes de tipo emocional y personal.

Se utilizó la observación directa y estructurada porque se cuenta con una guía de observación que aparece en el anexo #1 el cual permite que el investigador logre observar delicadamente a los conductores cuando realizan la entrega de los productos, obteniendo información adecuada sobre lo que sucede en la instalación. La observación es participativa ya que el autor labora dentro de las instalaciones de la empresa.

3.3.4. Entrevista

Para (Díaz, Torruco, Martínez & Varela, 2013) la entrevista se define como "una conversación que se propone con un fin determinado distinto al simple hecho de conversar". Es un instrumento técnico de gran utilidad en la investigación cualitativa, para recabar datos.

La entrevista es una actividad que implica el encuentro entre dos o más personas, que se caracterizará por el mantenimiento de una conversación para tratar un asunto determinado. (Bembibre C, 2011)

3.3.5. Encuesta

Para el autor (Bernal I. , 2018) la encuesta es un conjunto de preguntas especialmente diseñadas y pensadas para ser dirigidas a una muestra de población, que se considera por determinadas circunstancias funcionales al trabajo, representativa de esa población, con el objetivo de conocer la opinión de la gente sobre determinadas cuestiones corrientes y porque no también para medir la temperatura de la gente acerca de algún hecho específico que se sucede en una comunidad determinada y que despierta especial atención entre la opinión pública y que capaz requiere de la realización de una encuesta para conocer más a fondo cuál es la sensación de la gente y así proceder.

Según (Westreicher G. ,2020) la encuesta es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Para ello, se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos será procesado con métodos estadísticos.

En el actual proyecto se aplica una encuesta a los clientes de la empresa “**Tesalia Springs Company**”, con el objetivo de conocer sus inquietudes con relación al servicio de proceso de transportación de productos y costos logísticos de transporte que se ofrece en la misma, el cual estará conformado por 10 preguntas de tipo dicotómico y politónicas; en el mismo se empleó la escala de Likert además de la introducción de preguntas dicotómicas y politónicas ordinales y nominales. El muestreo que aplico es no probabilística e intencional a los 229 clientes de la empresa tal como se expone en el anexo #3.

3.3.6. Diagrama de proceso

Para (Parra Gallego, 2012). El diagrama de Proceso es una representación gráfico de los pasos que se siguen en toda una secuencia de actividades, dentro de un proceso o un procedimiento, identificándolos mediante símbolos de acuerdo con su naturaleza; incluye, además, toda la información que se considera necesarias para el análisis, tal como distancia recorridas, cantidad considerada y tiempo requerido. Estas se conocen bajo los términos de operaciones, transporte, inspecciones, retraso o demoras y almacenajes.

Según (Fer Antonio, 2012). El diagrama de Proceso es una representación gráfica de los pasos que se siguen en toda una secuencia de actividades, dentro de un proceso o un procedimiento, identificándolos mediante símbolos de acuerdo con su naturaleza; incluye, además, toda la información que se considera necesaria para el análisis, tal como distancias recorridas, cantidad considerada y tiempo requerido.

El diagrama de flujo es una herramienta utilizada para representar la secuencia e interacción de las actividades del proceso a través de símbolos gráficos. Los símbolos proporcionan una mejor visualización del funcionamiento del proceso, ayudando en su entendimiento y haciendo la descripción del proceso más visual e intuitivo. (Meire, 2018)

3.3.7. Diagrama causa efecto

Para los autores (Romero Bermúdez & Díaz Camacho, 2010) El diagrama causa-efecto, normalmente se ignora si estas causas son o no responsables de los efectos. Por otra parte, un diagrama causa-efecto bien organizado sirve como vehículo para ayudar a los equipos a tener una concepción común de un problema complejo, con todos sus elementos y relaciones claramente visibles a cualquier nivel de detalle requerido.

Según el autor (RM, 2008) Diagrama causas y efectos es una manera de organizar y representar las diferentes teorías propuestas sobre las causas de un determinado problema dentro de la empresa; es conocido también como diagrama de Ishikawa e diagrama de Espina de Pescado y se emplea ampliamente para determinar las causas y el posterior análisis de las mismas relacionadas con un problema.

Para el investigador, el diagrama de causas y efecto es una estructura gráfica que muestra la proporción cualitativa e hipótesis de varios factores que pueden contribuir bienes determinados.

CAPÍTULO IV

4. Análisis e Interpretación de Resultados

En este capítulo serán expuestos los análisis y resultados. Será aplicado de manera práctica, ya en la empresa a estudiar, el procedimiento o pasos seleccionados que se exhibieron de manera metodológica en el capítulo anterior.

4.1.1. Análisis de la entrevista

Observación: Recolectar información sobre el servicio que ofrece la empresa

Sujeto de estudio:

Actividad comercial: Comercializadora de bebidas no alcohólica

Entrevistado: Francesco Báez

Cargo que ocupa: Gerente

Entrevistadores: John Guevara

1. ¿Esta consiente de los problemas logística que está teniendo la empresa al momento de la entrega de productos?

Si y estamos trabajando en ello para solucionarlo.

2. ¿Cómo entrena al personal que se encarga de la entrega de productos?

Realizando capacitaciones al personal sobre como brindar una mejor atención al cliente.

3. ¿Por qué cree que la empresa está teniendo problema de logística?

Por exceso de rutas que se podría estar dando a los empleados y a su vez por falta de capacitación en atención al cliente.

4. ¿Qué acciones tomaría para mejorar el inconveniente de logística?

Asesorando al personal sobre las rutas alternas que existen en la ciudad, para que se las utilice en horas donde surge mucho tráfico vehicular.

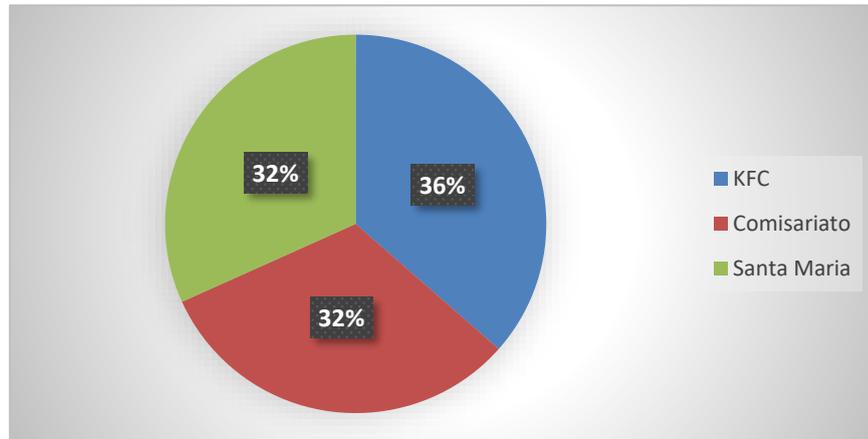
4.1.1. Análisis de la entrevista

En el actual proyecto se realizó una entrevista al gerente de la compañía “**Tesalia Springs Company**”, en la cual el gerente reconoce que la empresa está teniendo problema de logística al momento de distribuir los productos, para la solución de dicho problema el gerente manifiesta que realizara capacitaciones constante al personal de entrega, estas se dan con la finalidad de que el cliente tenga una mejor experiencia en la entrega del producto. El gerente considera también que los problemas de logística se dan por el exceso de rutas asignadas a los repartidores debido a la alta demanda de los productos que la empresa ofrece, también se está asesorando al personal para que tome rutas alternas al momento de la entrega de productos.

4.1.3. Análisis de los resultados de la encuesta aplicado a los clientes.

Se aplicaron 229 encuestas a los clientes de la empresa. Dentro de la muestra se incluyeron a 77 clientes de KFC, 76 de Comisariato y 76 clientes de Mega Santa María tal como se observa en el gráfico #1.

GRÁFICO 1: Clientes encuestados



Fuente: Cuestionario aplicados.

Análisis: El gráfico muestra el porcentaje total de los encuestados por empresas donde el 36% corresponde a KFC, el 32% al Comisariato y el 32% a los clientes de mega Santa María.

TABLA 1: Clientes encuestados.

CLIENTES	REQUISITO	PORCENTAJE
KFC	77	36%
Comisariato	67	32%
Santa Maria	67	32%
Total	299	100%

Fuete: Cuestionarios aplicado.

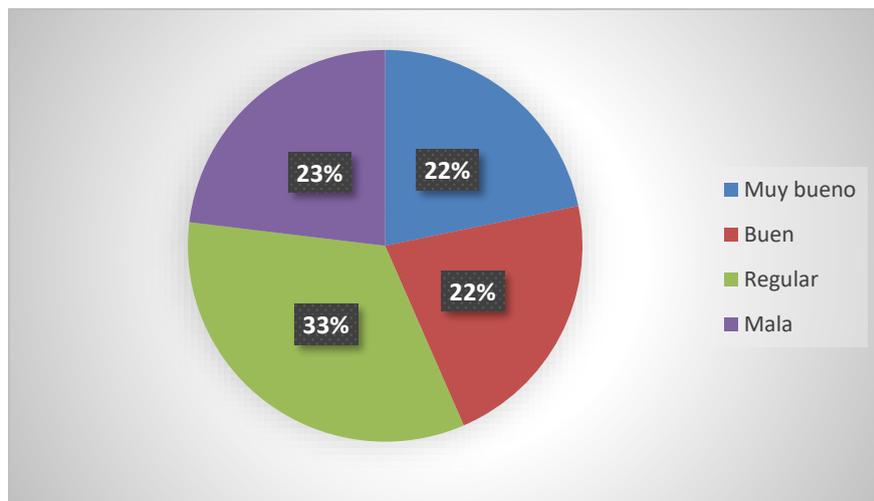
Análisis: La tabla muestra la distribución por rango de clientes de los encuestados donde el 36% de la población pertenece a KFC, un total de 229 personas tanto hombres como mujeres.

TABLA 2: Respuesta de los clientes encuestados.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	65	22%
Bueno	65	22%
Regular	100	33%
Mala	69	23%
Total	299	100%

Fuente: Cuestionario aplicados.

GRÁFICO 2: Cómo califica el nivel de servicio de la logística de “Tesalia Springs Company”.



Fuente: Cuestionarios aplicados.

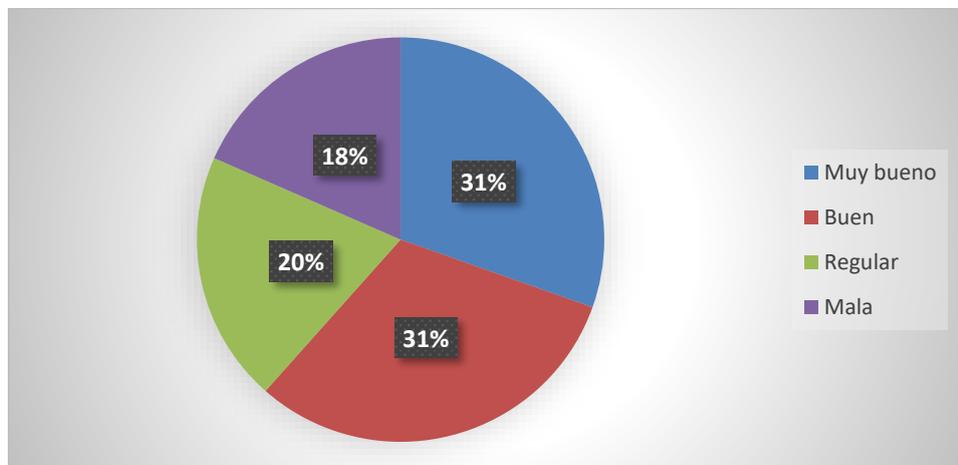
Análisis: Se determina que el 33% de los clientes califican el nivel de logística regular, el 22% muy buena, por lo tanto se tomaran referencias en las estrategias para erradicar en el porcentaje en negativo y así llegar a un porcentaje con el 100% satisfactores.

TABLA 3: Respuesta de los clientes encuestados.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy bueno	91	31%
Bueno	93	31%
Regular	60	20%
Mala	55	18%
Total	299	100%

Fuente: Cuestionario aplicados.

GRÁFICO 3: Cómo califica la atención del entregador de “Tesalia Springs Company”.



Fuente: Cuestionarios aplicados.

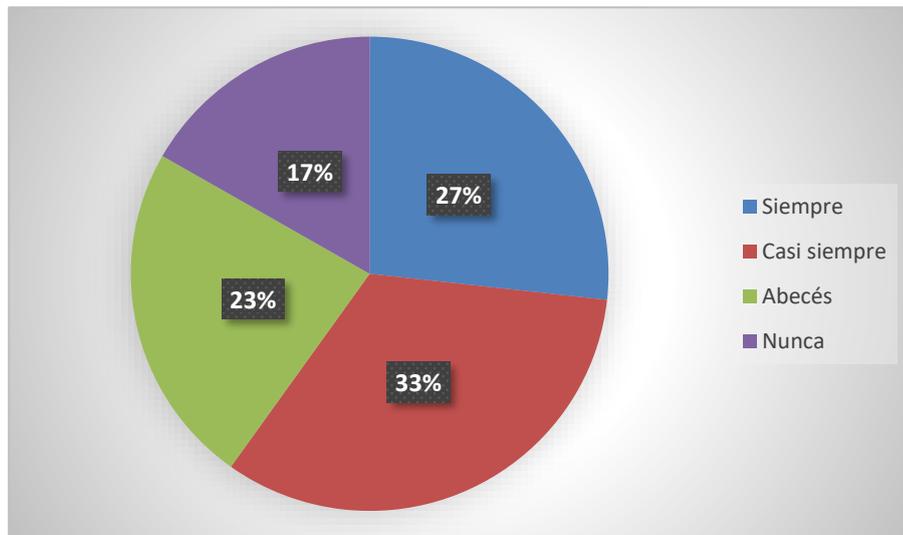
Análisis: El gráfico arroja una respuesta no tan favorable ya que el 31% de los clientes calificó que la atención de entrega es muy buena, mientras que el 18% indicó que la atención de entrega es mala.

TABLA 4: Respuesta de los clientes encuestados.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	80	27%
Casi siempre	99	33%
Aveces	70	23%
Nunca	50	17%
total	299	100%

Fuente: Cuestionario aplicados.

GRÁFICO 4: Los pedidos llegan a tiempo



Fuente: Cuestionarios aplicados.

Análisis: En conclusión, demuestra un porcentaje favorable en el tiempo de entrega de 33% por motivo que el rango de negatividad es muy bajo con un resultado de 17% que se muestra en gráfico.

TABLA 5: Respuesta de los clientes encuestados.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	180	60%
Casi siempre	64	21%
Aveces	35	12%
Nunca	20	7%
Total	299	100%

Fuente: Cuestionario aplicados.

GRÁFICO 5: Los pedidos llegan completos.



Fuente: Cuestionarios aplicados.

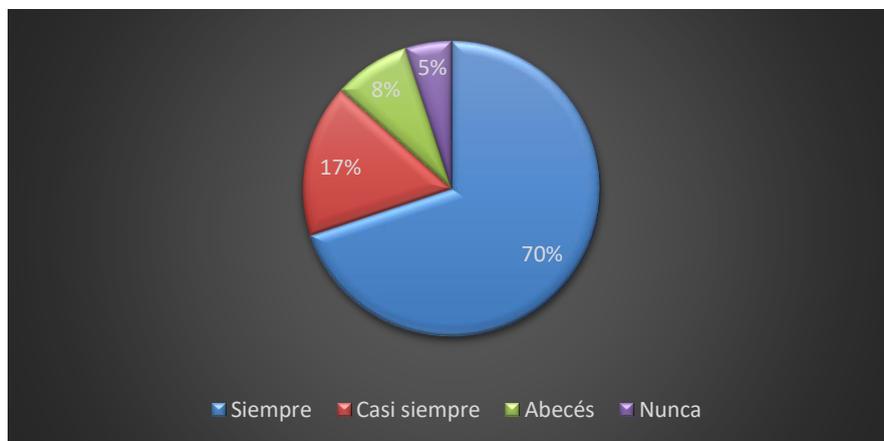
Análisis: Se muestra que el 60% se encuentra satisfecho porque los pedidos llegan completo y el 7% indican que nunca llegan los pedidos completos.

TABLA 6: respuesta de los clientes encuestados.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PERCENTAJE
Siempre	209	70%
Casi siempre	50	17%
Aveces	25	8%
Nunca	15	5%
total	299	100%

Fuente: Cuestionario aplicados.

GRÁFICO 6: El personal llega con uniforme e identificación.



Fuente: Cuestionarios aplicados.

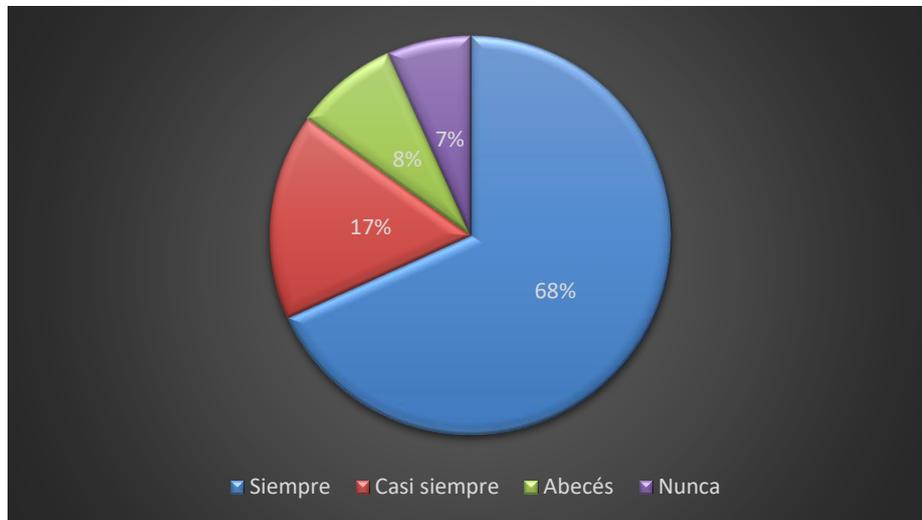
Análisis: Se observó el 70% del personal siempre llega con uniforme e identificación con un rango alto y con un porcentaje muy baja de 5% que nunca llegan con uniforme e identificación permite ver las falencias presentadas en porcentajes mínima para tomar medidas correctivas.

TABLA 7: Respuesta de los clientes encuestados.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	204	68%
Casi siempre	50	17%
Aveces	25	8%
Nunca	20	7%
total	299	100%

Fuente: Cuestionario aplicados.

GRÁFICO 7: El entregador solicita revisar las fechas de vencimiento de los productos.



Fuente: Cuestionarios aplicados.

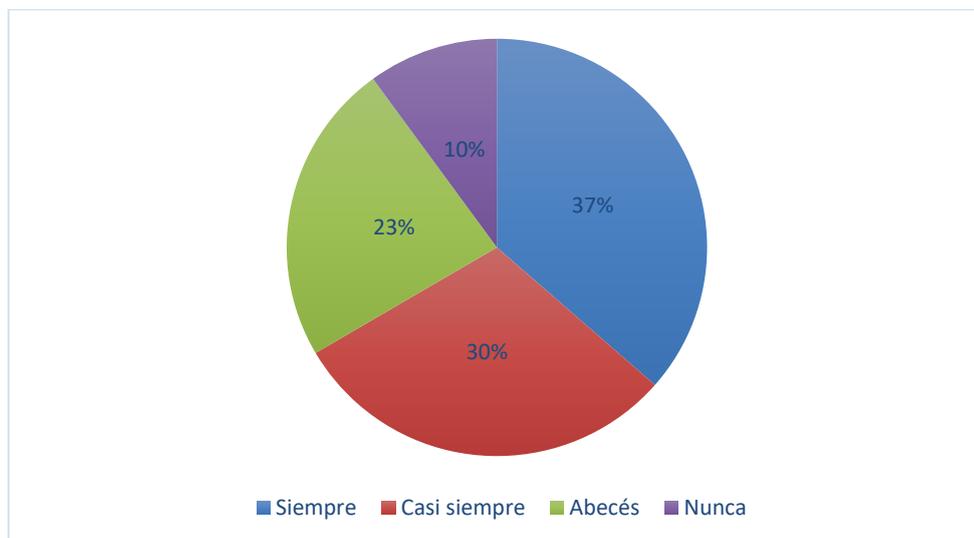
Análisis: El gráfico da a conocer una respuesta positiva del 68% siempre solicita revisar las fechas de vencimiento de los productos, mientras que el 7% indica que nunca el entregador revisa las fechas de vencimiento.

TABLA 8: Respuesta de los clientes encuestados.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	109	37%
Casi siempre	90	30%
A veces	70	23%
Nunca	30	10%
total	299	100%

Fuente: Cuestionario aplicados.

GRÁFICO 8: El encargado entrega la documentación completa.



Fuente: Cuestionarios aplicados.

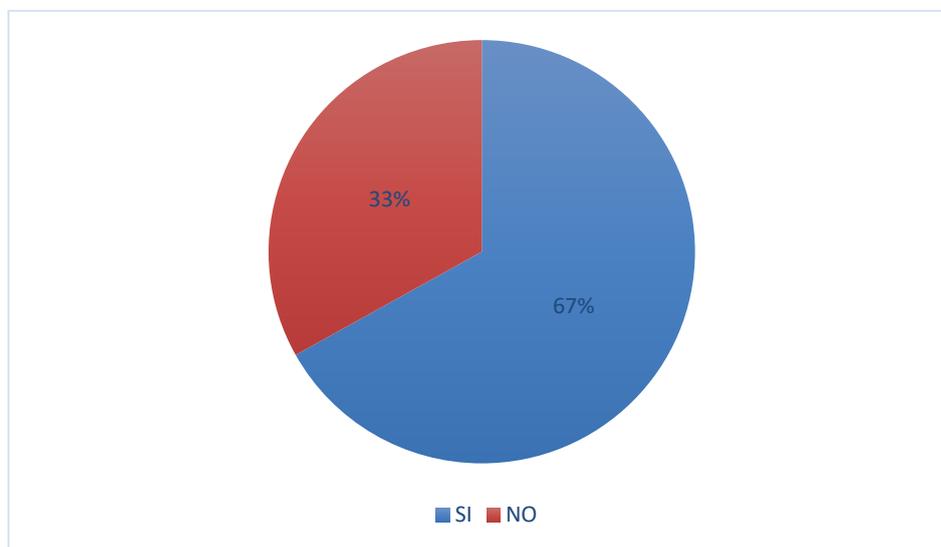
Análisis: Los resultados son aceptables ya que se puede observar las respuestas positivas con un 37% en la entrega de documentación completa, mientras que el 10% refleja un porcentaje negativo muy bajo como se muestra en el gráfico.

TABLA 9: Respuesta de los clientes encuestados.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	200	67%
NO	99	33%
Total	299	100%

Fuente: Cuestionario aplicados.

GRÁFICO 9: Le gusta el servicio que brinda la empresa “Tesalia Springs Company”.



Fuente: Cuestionarios aplicados.

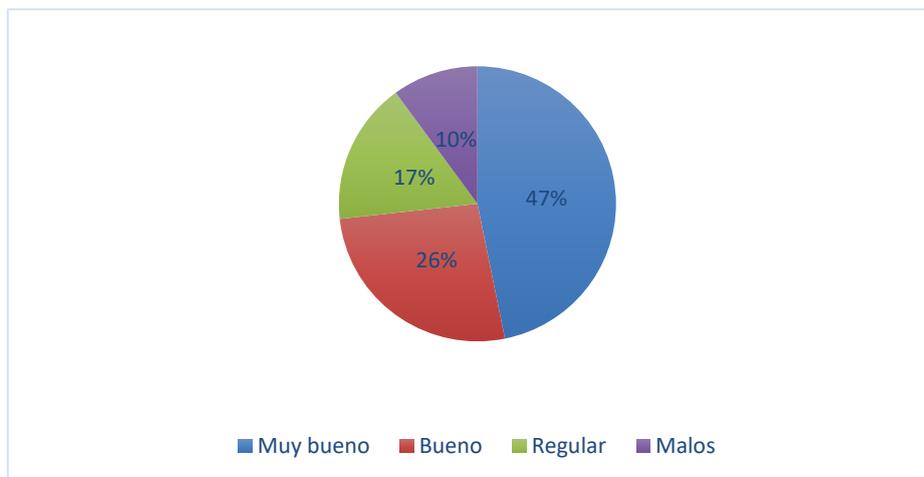
Análisis: Se muestra que el 67% les gusta el servicio que brinda la empresa y un 33% están en desacuerdo en el cual se buscara mejorar el servicio para garantizar al 100% en calidad del servicio que sea aceptada por los clientes.

TABLA 10: Respuesta de los clientes encuestados.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Bueno	140	47%
Bueno	79	26%
Regular	50	17%
Malos	30	10%
Total	299	100%

Fuente: Cuestionario aplicados.

GRÁFICO 10: Cómo califica usted a los trabajadores de la empresa “Tesalia Springs Company”.



Fuente: Cuestionarios aplicados.

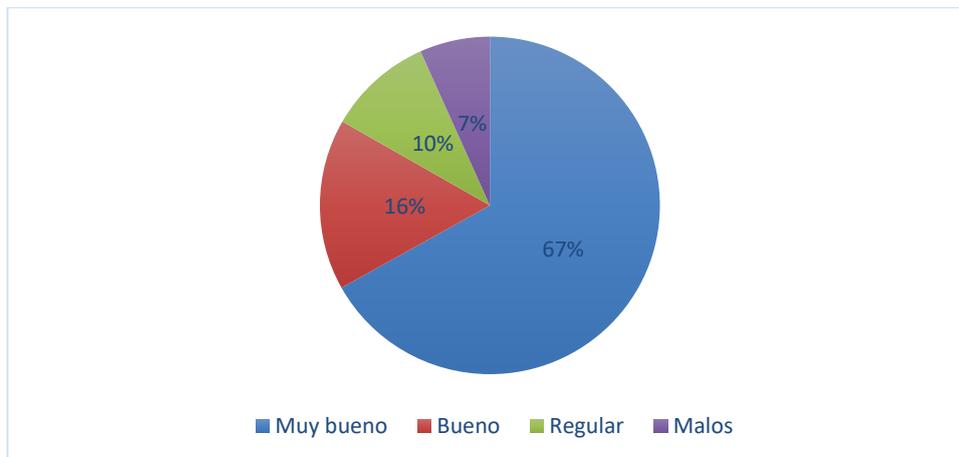
Análisis: Se observó el 47% califica muy bueno a los trabajadores de la empresa con un rango muy alto y con un porcentaje muy bajo, el 10% califica malo a los trabajadores de la empresa, esto permite ver las falencias presentadas de porcentaje mínima para tomar las medidas correctivas aplicado al plan de mejora.

TABLA 11: Respuesta de los clientes encuestados.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy Bueno	200	67%
Bueno	49	16%
Regular	30	10%
Malos	20	7%
Total	299	100%

Fuente: Cuestionario aplicados.

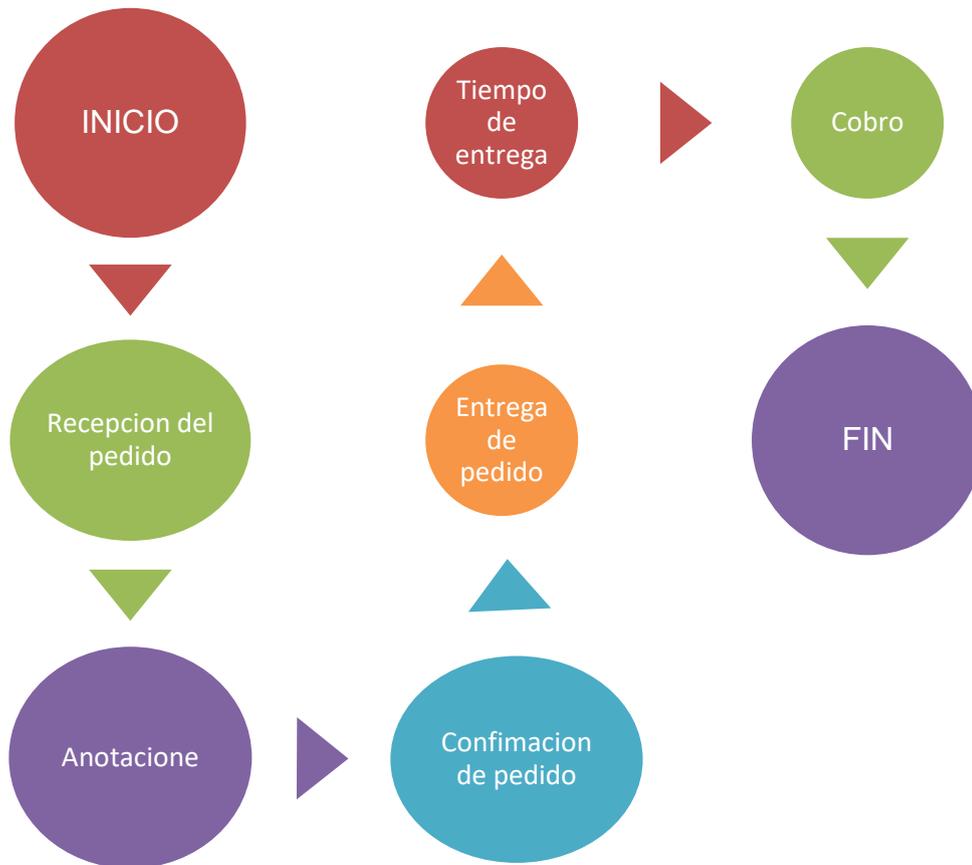
GRÁFICO 11: Cómo califica usted los productos de “Tesalia Springs Company”.



Fuente: Cuestionarios aplicados.

Análisis: El gráfico da a conocer una respuesta positiva del 67% que son muy bueno los productos de Tesalia, mientras que el 7% arrojo que los productos de tesalia son malos.

4.2.1. Diagrama de proceso

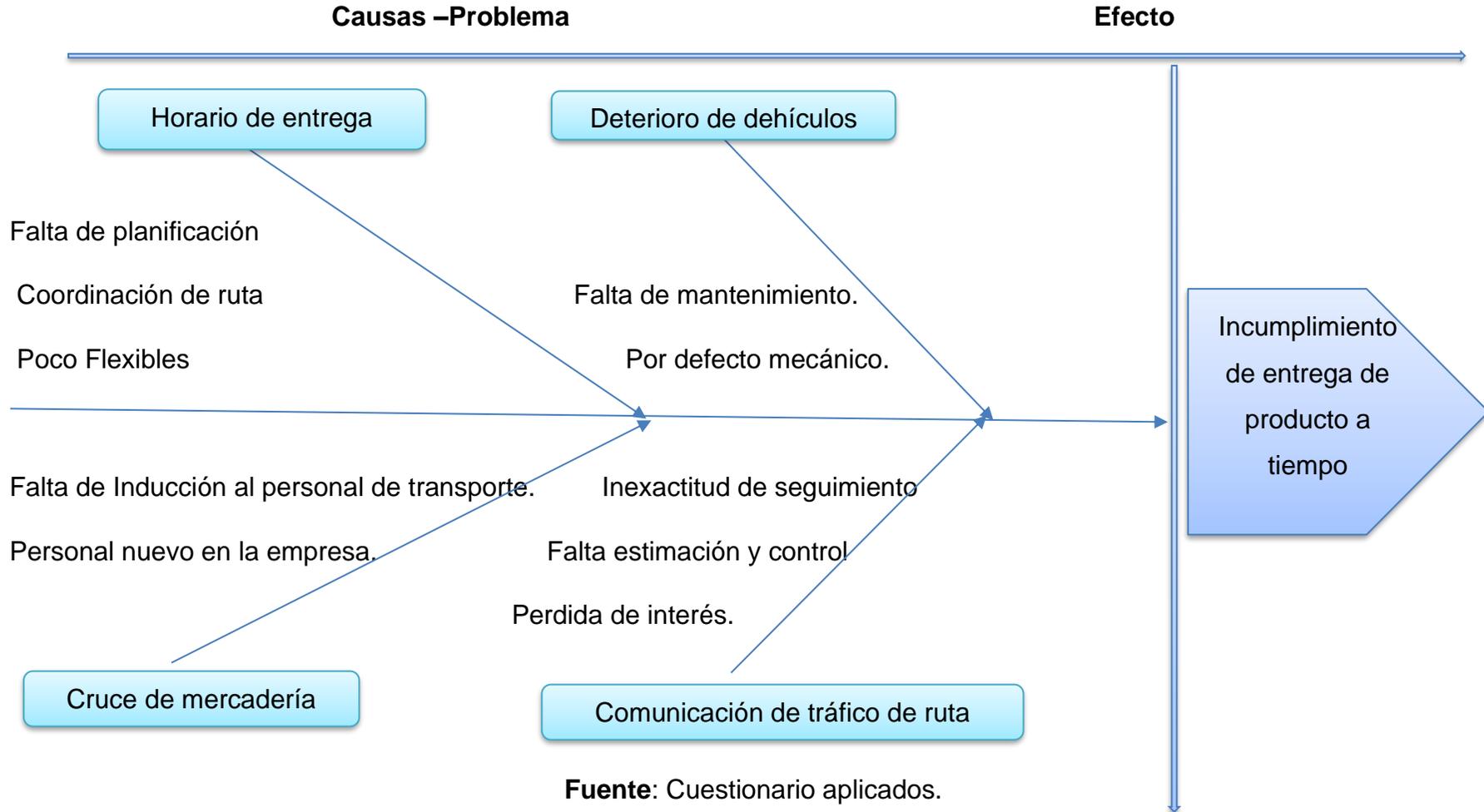


Fuente: Cuestionario aplicados.

4.2. Análisis de diagrama de proceso

Su proceso empieza con las recepciones de pedidos, directamente son examinados y analizados, si no se puede cumplir con el pedido completo se le notifica al clientes por los medios necesarios, los pedidos que no tienen inconvenientes son despachados con fecha especificada del mismo fragmento, luego pasa hacer revisada la mercadería si lo que se está despachando esta igual a lo que el clientes solicita, luego sigue el procedimiento de facturación, se embolsa la mercadería y son enviados con el encargado según la ruta asignada.

4.2.4. Diagrama de causas y efecto



4.2.3 Análisis de diagrama de causas y efecto

Se realiza el diagrama de causas y efectos para obtener información más efectiva de la problemática que posee la compañía “**Tesalia Springs Company**”, en la cual se analizara las siguientes causas: el horario de entrega, deterioro de vehículo, cruce de mercadería y la comunicación de tráfico de ruta.

Una vez determinadas las causas que provoca la infracción de entregas de pedidos a tiempo, se utilizó la herramienta del diagrama de pescado. Se evaluó el nivel de preferencia, exigencia, tendencia e impacto que posee cada debilidad en el transcurso de distribución según los datos que se observan en la tabla.

4.2.5. Propuesta de plan de acción para mejorar el proceso de transportación y el tiempo de entrega de pedidos de la empresa “Tesalia Springs Company S.A”.

Después del resultado de los análisis ejecutados se observa que es necesario tener una inspección más frecuente y específica en los servicios que brindan los transportistas de la empresa “**Tesalia Springs Company**”, ya que de ellos depende el proceso de los resultados de distribución, por lo tanto se efectúa la propuesta enfocada a solucionar el problema planteado.

La propuesta consiste en emplear criterios de evaluación a los servicios que ofrecen los proveedores de transporte, teniendo como objetivo poder tomar una decisión ante una posible insuficiencia en el nivel de servicio e identificar las restricciones que indiquen su desempeño, se propone un plan de mejora basado en la aplicación de la técnica 5W2H como se muestra en la figura.

4.3.1. Método 5W2H: Plan de propuesta.

W ¿Qué?	W ¿Quién?	W ¿Dónde?	H ¿Cómo?	W ¿Por qué?	W ¿Cuándo?	H ¿Cuánto?
Analizar periódicamente las rutas que se utilizan para la entrega de productos.	Jefe de distribución.	En las instalaciones de la empresa Tesalia Springs Company.	Empleando una capacitación sobre las rutas de llegadas.	Permite evaluar y corregir posibles falencias en servicio.	Periódicamente en forma mensual.	(\$7,50*h) 1 Persona =\$180
Evaluar al personal para saber si se encuentra apto para ejercer dichas funciones.	Coordinador de entrega.	En las instalaciones de la empresa.	Mediante una encuesta de aptitudes.	Para saber las falencias que tiene el personal.	Dos veces al año	\$500

Brindar capacitación al personal.	Proveedor externo.	Instalaciones de la empresa.	Por grupo de colaboradores respetando el límite de aforo.	Para mejorar sus labores diarios.	Dos veces al año.	Cada 6 meses (\$ 800)
Mejorar la flota de vehículos que se utilizan para el transporte de productos.	Proveedor Externo.	Instalaciones de la empresa.	Mejorando brandeo e imagen de las unidades.	Por deterioro	Cuando se cumpla su vida útil	\$20.000
Contratación de personal calificado para ejercer funciones de logística.	Talento humano	Distribución de logística	Publicando oferta de trabajo	Por qué se necesita cubrir más rutas	Una vez al año	\$5.000

Fuente: Cuestionario aplicados.

TABLA 12: TABLA DE PLAN DE MEJORA

PROPUESTA 1		HORA	AÑO	TOTAL
ANÁLISIS DE LAS RUTAS	1	\$ 7,50	24	\$ 180,00
PROPUESTA 2		MESES		
EVALUACIÓN	\$ 500,00	\$ 83,34	12	\$ 1.000,08
PROPUESTA 3				
CAPACITACIÓN	\$ 800,00	\$ 133,34	12	\$ 1.600,08
PROPUESTA 4				
MEJORA DE FLOTA VEHICULAR	\$ 20.000,00	\$ 1.666,67	12	\$ 20.000,04
PROPUESTA 5				
CONTRATACIÓN DE PERSONAL	\$ 5.000,00	\$ 416,67	12	\$ 5.000,04
TOTAL		\$ 2.307,52	72	\$ 27.600,24

Fuente: Cuestionario aplicados.

4.3.2. Análisis de costo y beneficios

Aplicando estos procedimientos se va a adquirir la eficacia de la propuesta que va con el plan de mejora, garantizando la calidad y excelencia de lo esperado.

Una vez realizado el plan de mejora de la investigación se obtuvo un valor de \$27.600,24. En cual se recomienda aplicar dicho plan para la mejora de la logística de la empresa "**Tesalia Springs Company**", ya que es un valor accesible. Se busca especialmente el compromiso e interés de los empleados para el plan de mejora de la empresa "**Tesalia Springs Company**". que permita reducir las falencias y aumentar la productividad en la empresa. Mejorando el cumplimiento de entrega de los productos.

Conclusiones

El objetivo propuesto al inicio de la investigación se cumplió ya que se demostró el plan de mejora que contribuirá al mejoramiento de la empresa “**Tesalia Springs Company**”, El empleo de las técnicas de investigación permito ejecutar el estudio de satisfacción de los clientes que facilito conocer los inconvenientes de los mismo.

- ✓ En base a la fundamentación teórica de los estudios realizados en el trabajo de investigación se establece la situación de la logística en la que se halla la empresa “**Tesalia Springs Company**”, la misma que sobrelleva a la realización de un plan de mejora para obtener un excelente servicio, para sus clientes.
- ✓ Mediante la investigación diagnosticada se determinó que el 98% de los clientes encuetados están de acuerdo a seguir consumiendo el producto que ofrece la compañía “**Tesalia Springs Company**”, siempre y cuando se tomen medidas correctiva sobre la situación actual del proceso de transportación del canal moderno y el cumplimiento de los tiempos de entrega.
- ✓ Se puede concluir en la implementación de plan de mejora ya que es muy importa para la debida mejora en la entrega de producto de la empresa “**Tesalia Springs Company**”, y así poder lograr la satisfacción de los clientes, es por este motivo que se han utilizados herramientas actualizadas ya que hoy en día facilitan la comunicación.

Recomendaciones

Después de haber concluido la investigación se considera oportuno efectuar una serie de recomendaciones a la empresa “**Tesalia Springs Company**”.

- ✓ Se recomienda la ejecución del plan de mejora efectivo de esta investigación.
- ✓ Aplicar plan de mejora en otras áreas de la empresa “**Tesalia Springs Company**”, para poder obtener un resultado con beneficios excelente.
- ✓ Aplicar las estrategias y acciones propuestas, tanto en contenido como en tiempo, dándole seguimiento al evaluarlos.
- ✓ Ampliar el plan de mejora con, herramientas actualizadas para en un futuro poder aplicar en otras compañías.
- ✓ Estar constantemente aplicando el plan de mejora en el área que necesite la compañía “**Tesalia Springs Company**”.

ANEXO

ANEXO #1: GUÍA DE OBSERVACIÓN.

GUIA DE OBSERVACIÓN

Datos

Generales.

Nombre de la empresa: _____

Fecha: _____

Ubicación: _____

Aspecto a observar

- 1.- Relación entre los trabajadores y los clientes.
- 2.- Brindan un buen servicio al cliente.
- 3.- Revisan el producto antes de la entrega.
- 4.- Calidad del servicio.
- 5.- Material para el desarrollo de los procedimientos.
- 7.- Los trabajadores realizan el aseo antes de abandonar el área de trabajo.
- 8.- Calidad de los productos que se emplean.

ANEXO #2: GUÍA DE ENTREVISTA

OBSERVACIÓN: Recolectar información sobre el servicio que ofrece la empresa

SUJETO DE ESTUDIO:

ACTIVIDAD COMERCIAL: Comercializadora de bebidas no alcohólica

ENTREVISTADO: Francesco Báez

CARGO QUE OCUPA: Gerente

ENTREVISTADORES: John Guevara

FECHA Y HORA DE ENTREVISTA

PREGUNTAS.

1 ¿Esta consiente de los problemas logística que está teniendo la empresa al momento de la entrega de productos?

2 ¿Cómo capacita al personal que se encarga de la entrega de productos?

3 ¿Por qué cree que la empresa está teniendo problema de logística?

4. ¿Qué acciones tomaría para mejorar el inconveniente de logística?

ANEXO # 3: PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

1. ¿Cómo califica el nivel de servicio de la logística de “Tesalia Springs Company”?

- a) Muy buena _____
- b) Buena _____
- c) Regular _____
- d) Mala _____

2. ¿Cómo califica la atención del Entregador de “Tesalia Springs Company”?

- a) Muy buena _____
- b) Buena _____
- c) Regular _____
- d) Mala _____

3. ¿Los pedidos llegan a tiempo?

- a) Siempre _____
- b) Casi siempre _____
- c) A veces _____
- d) Nunca _____

4. ¿Los pedidos llegan completos?

- a) Siempre _____
- b) Casi siempre _____

- c) A veces _____
- d) Nunca _____

5. ¿El personal llega con uniforme e identificación?

- a) Siempre _____
- b) Casi siempre _____
- c) A veces _____
- e) Nunca _____

6. ¿El entregador solicita revisar las fechas de vencimiento de los productos?

- a) Siempre _____
- b) Casi siempre _____
- c) A veces _____
- d) Nunca _____

7. ¿El encargado entrega la documentación completa?

- a) Siempre _____
- b) Casi siempre _____
- c) A veces _____
- d) Nunca _____

8. Le gusta el servicio que brinda la empresa “Tesalia Springs Company”?

- a) Si _____
- b) No _____

9. ¿Cómo califica usted a los trabajadores de la empresa “Tesalia Springs Company”?

- a) Muy bueno _____
- b) Bueno _____
- c) Regular _____
- d) Malo _____

10. ¿Cómo califica usted los productos de “Tesalia Springs Company”?

- a) Muy bueno _____
- b) Bueno _____
- c) Regular _____
- d) Malo _____

ANEXO # 4: REGISTRO DE OBSERVACIONES REALIZADAS.

Se realiza el informe de los empelados observados de la empresa con fecha de inicio 01/07/2021 y con fecha finalizada el 28/07/2021.

N DE REGISTRO	FECHA	HORARIO	CANTIDAD DE HORA
1	01/07/2021	08:am hasta 15: pm	7 hora
2	02/07/2021	08:am hasta 15: pm	7 hora
3	05/07/2021	08:am hasta 15: pm	7 hora
4	06/07/2021	08:am hasta 15: pm	7hora
5	07/07/2021	08:am hasta 15: pm	7 hora
6	08/07/2021	08:am hasta 15: pm	7horas
7	09/07/2021	08:am hasta 15: pm	7 hora
8	12/07/2021	08:am hasta 15: pm	7 hora
9	13/07/2021	08:am hasta 15: pm	7 hora
10	14/07/2021	08:am hasta 15: pm	7hora
11	15/07/2021	08:am hasta 15: pm	7 hora
12	16/07/2021	08:am hasta 15: pm	7 hora
13	19/07/2021	08:am hasta 15: pm	7 hora
14	20/07/2021	08:am hasta 15: pm	7 hora
15	21/07/2021	08:am hasta 15: pm	7 hora
16	22/07/2021	08:am hasta 15: pm	7 hora
17	23/07/2021	08:am hasta 15: pm	7 hora
18	26/07/2021	08:am hasta 15: pm	7 hora
19	27/07/2021	08:am hasta 15: pm	7hora
20	28/07/2021	08:am hasta 15: pm	7hora
		TOTAL	140 HORAS

Anexo #5: Plantilla

LUGAR DE NACIMIENTO	DESCRIPCIÓN POSICIÓN	DESCRIPCIÓN FUNCIÓN	DESCRIPCIÓN CENTRO DE COSTO	DESCRIPCIÓN POSICIÓN JEFE INMEDIATO	NOMBRES JEFE INMEDIATO	APELLIDOS JEFE INMEDIATO
ECUADOR	AUXILIAR BODEGA IBARRA	AUXILIAR BODEGA	IBARRA	COORDINADOR BODEGA IBARRA	CRISTIAN PATRICIO	YEPEZ FARINANGO
MANTA	LIQUIDADOR MANTA	LIQUIDADOR I	MANTA	COS MANTA	JOSE RAUL	MARTINEZ ABRAHIN
GUAYAQUIL	OPERADOR MONTACARGA GUAYAQUIL	OPERADOR MONTACARGA	GUAYAQUIL	COORDINADOR BODEGA PLANTA TROPICAL	WELLINGTON JAVIER	CHIQUITO MERO
GUAYAQUIL	VERIFICADOR GUAYAQUIL	VERIFICADOR I	GUAYAQUIL	COORDINADOR BODEGA PLANTA TROPICAL	WELLINGTON JAVIER	CHIQUITO MERO
AMBATO	AUXILIAR BODEGA	AUXILIAR BODEGA	AMBATO	COORDINADOR DE BODEGA	ANA PAULINA	QUINTANA VILLARROEL
QUITO	CEP SAN BARTOLO	CEP	SAN BARTOLO (QUITO S	COS SAN BARTOLO	PAOLA LISSETH	MORALES LEON
RIOBAMBA	AUXILIAR BODEGA	AUXILIAR BODEGA	RIO BAMBA	COORDINADOR DE OPERACIONES Y SERVICIOS	SEGUNDO MIGUEL	ZHAÑAY PINA
ZARUMA	AUXILIAR BODEGA CUENCA	AUXILIAR BODEGA	CUENCA	COORDINADOR BODEGA CUENCA	CELSO FABIAN	OCHOA MALDONADO
QUEVEDO	VERIFICADOR	VERIFICADOR I	SANTO DOMINGO	COORDINADOR DE BODEGA SANTO DOMINGO	JORGE DANIEL	FREIRE GIRALDO
QUITO	VERIFICADOR	VERIFICADOR I	SAN BARTOLO (QUITO S	COORDINADOR DE BODEGA	MAGALY RAQUEL	GARCIA GUALOTUNA
GUAYAQUIL	LIQUIDADOR GUAYAQUIL	LIQUIDADOR I	GUAYAQUIL	COS GUAYAQUIL NORTE	NURY VANESSA	MARURI LINDAO
QUITO	AUXILIAR BODEGA SAN BARTOLO	AUXILIAR BODEGA	SAN BARTOLO (QUITO S	COORDINADOR BODEGA SAN BARTOLO	JUAN CARLOS	SANCHEZ PONCE
GUAYAQUIL	AUXILIAR BODEGA PLANTA TROPICAL	AUXILIAR BODEGA	GUAYAQUIL	COORDINADOR BODEGA GUAYAQUIL	NURY VANESSA	MARURI LINDAO

GUAYAQUIL	AUXILIAR BODEGA GUAYAQUIL	AUXILIAR BODEGA	GUAYAQUIL	COORDINADOR BODEGA PLANTA TROPICAL	WELLINGTON JAVIER	CHIQUITO MERO
QUITO	AUXILIAR BODEGA SAN BARTOLO	AUXILIAR BODEGA	QUITO CENTRO (GARRAF	COORDINADOR BODEGA CENTRO	PABLO HERNAN	PILLAJO GUZMAN
GUAYAQUIL	AUXILIAR BODEGA GUAYAQUIL	AUXILIAR BODEGA	GUAYAQUIL	COORDINADOR BODEGA GUAYAQUIL	NURY VANESSA	MARURI LINDAO
CUENCA	VERIFICADOR CUENCA	VERIFICADOR I	CUENCA	COORDINADOR BODEGA CUENCA	CELSO FABIAN	OCHOA MALDONADO
ECUADOR	VERIFICADOR QUITO NORTE	VERIFICADOR I	QUITO NORTE	COORDINADOR DE BODEGA	DARWIN MANUEL	DIAZ ANALUISA
MONTECRISTI	AUXILIAR BODEGA SALINAS	AUXILIAR BODEGA	MANTA	COORDINADOR BODEGA MANTA	LUIS EDUARDO	GONZALEZ PINEDA
GUAYAQUIL	VERIFICADOR GUAYAQUIL	VERIFICADOR I	GUAYAQUIL SUR	COORDINADOR BODEGA GUAYAQUIL	LUIS JOSE	MUNDARAIN CASTRO
TOSAGUA	VERIFICADOR MANTA	VERIFICADOR II	MANTA	COS MANTA	JOSE RAUL	MARTINEZ ABRAHIN
QUITO	AUXILIAR BODEGA SAN BARTOLO	AUXILIAR BODEGA	SAN BARTOLO (QUITO S	COORDINADOR BODEGA SAN BARTOLO	JUAN CARLOS	SANCHEZ PONCE
DURAN	AUXILIAR BODEGA GUAYAQUIL	AUXILIAR BODEGA	GUAYAQUIL SUR	COORDINADOR BODEGA GUAYAQUIL	LUIS JOSE	MUNDARAIN CASTRO
MACHALA	AUXILIAR BODEGA MACHALA	AUXILIAR BODEGA	MACHALA	COORDINADOR BODEGA MACHALA	CRISTIAN ALBERTO	CHUBA MENA
MATURIN	COORDINADOR SEGURIDAD INDUSTRIAL	COORDINADOR SEGURIDAD INDUSTRIAL I	GUAYAQUIL	JEFE SSO AGENCIAS	JORGE LUIS	SANTAFE PAEZ
GUAYAQUIL	LIQUIDADOR GUAYAQUIL	LIQUIDADOR I	GUAYAQUIL	COS GUAYAQUIL NORTE	NURY VANESSA	MARURI LINDAO
PASTAZA	AUXILIAR BODEGA	AUXILIAR BODEGA	AMBATO	COORDINADOR DE BODEGA	ANA PAULINA	QUINTANA VILLARROEL
EL ORO	COORDINADOR SEGURIDAD INDUSTRIAL	COORDINADOR SEGURIDAD INDUSTRIAL I	MACHALA	JEFE SSO AGENCIAS	JORGE LUIS	SANTAFE PAEZ

11. BIBLIOGRAFÍA

(MarcadorDePosición1)

Acosta , A. (Noviembre de 2017). Gestion de Distribucion . *PDF*. Colombia : <https://core.ac.uk/download/pdf/326423549.pdf>.

Arada, M. d. (2015). *Aprovisionamiento y almacenaje en la venta*. España: Vértice.

Bembibre , V. (Enero de 2009). <https://www.definicionabc.com/general/cliente.php>.

Bembibre, C. (Agosto de 2010). *Definicion* . Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/transporte.php>

Bembibre, C. (Abril de 2011). Obtenido de <https://www.definicionabc.com/social/entrevista-laboral.php>

Bernal , I. (17 de Mayo de 2018). Obtenido de <http://tecnicacuestaa1.blogspot.com/2018/05/definicion-de-encuesta-se-denomina.html>

Bernal. (2010). *Metodología de la investigación*. España: Fernando Fernández Palma.

Carro, R. (2008). *Normalizacion serie normas ISO 9000*.

Content, R. (2019). Obtenido de <https://rockcontent.com/es/blog/canales-de-distribucion/>.

Diaz , L. (2011). *La Observacion* . http://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf.

Diaz , L., Torruco, U., Martinez, M., & Varela , M. (2013). *Metodología de investigación en educación médica*. Mexico : Metodología de investigación en educación médica.

- Diaz, A. (2013). *PLAN DE LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN PARA LA EMPRESA*. Obtenido de <https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/9398/Tesis%20Ver.%20Final%20Plan%20Log%C3%ADstico%20de%20Distribuci%C3%B3n.pdf?sequence=1>
- Escudero, J. (2019). *Logística de almacenamiento*. Madrid, España: Paraninfo.
- Fer antonio . (23 de Noviembre de 2012). *Definición de diagrama de proceso*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/ferantonio-93/definicin-de-diagrama-de-proceso>
- Fernandez, C. (2014). *Metodología de la investigación*. Colombia: Editores S.A. DE C.V.
- Flynn, J. L. (2012). *Administración de compras y abastecimientos*. México D.F.
- Galan , J. (27 de Septiembre de 2015). <https://economipedia.com/definiciones/canales-de-distribucion.html>.
- Garcia Muñoz, T. (Marzo de 2003). *EL CUESTIONARIO COMO INSTRUMENTO* . Obtenido de El cuestionario es un procedimiento considerado clásico en las ciencias sociales para la
- Garcia, I. (Noviembre de 2017). *Economía*. Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/distribucion>.
- Hernandez , J. (08 de Octubre de 2015). La Voz del Derecho. págs. <https://lavozdelderecho.com/index.php/actualidad-2/corrupt-5/item/3522-diccionario-juridico-poblacion>.
- Ibarren , G. (22 de Octubre de 2015). <https://gabrielfariasiribarren.com/ques-la-calidad/>.
- Jimenez , j., & Martinez , L. (2009). *Certificación ISO 9001:2000* †. Obtenido de ISSN.

- Katz, M., Seid, G., & Abiuso, L. (2019). *La técnica de encuesta: Característica y aplicaciones*. Obtenido de <http://metodologiadelainvestigacion.sociales.uba.ar/wp-content/uploads/sites/117/2019/03/Cuaderno-N-7-La-t%C3%A9cnica-de-encuesta.pdf>
- Lopez, J. (08 de Noviembre de 2018). *Muestra Estadística*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/muestra-estadistica.html>
- Lopez, P. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. págs. http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012.
- Lopez, C. (2017). *PROYECTO DE GRADO DE LOPEZ DE LA CRUZ*.pdf. Obtenido de <https://repositorio.itb.edu.ec/bitstream/123456789/105/1/PROYECTO%20DE%20GRADO%20DE%20LOPEZ%20DE%20LA%20CRUZ.pdf>
- López, R. (2006). *Operaciones de almacenaje*. Madrid: Paraninfo, S.A.
- López, R. (2006). *Operaciones de almacenajes*. Madrid: Paraninfo.
- Malhotra. (2004). *Investigacion de mercado*. Mexico: Pearson educacion.
- Martinez, L. (16 de Abril de 2007). *La Observación y el Diario de campo*. Obtenido de <https://www.ugel01.gob.pe/wp-content/uploads/2019/01/1-La-Observaci%C3%B3n-y-el-Diario-de-campo-07-01-19.pdf>
- Meire. (04 de junio de 2018). *Diagrama de Flujo*. Obtenido de <https://blogdelocalidad.com/diagrama-de-flujo-flujograma-de-proceso/>
- Melero, J. (01 de Agosto de 2018). *Transgesa*. Obtenido de <https://www.transgesa.com/blog/que-es-logistica/>

- Mora, L. (Junio 2011). *Gestion logistica en centro de distribucion*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Noboa, G. (04 de 11 de 2002). *google*. Obtenido de google: <http://www.epmrq.gob.ec/images/lotaip/leyes/rbpm.pdf>
- Parra Gallego , L. (21 de Marzo de 2012). *Diagrama de Flujo Del Proceso de Produccion*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/86275603/Diagrama-de-Flujo-Del-Proceso-de-Produccion>
- Pasek, E. (2008). *Revista de Educacion . Laurus*, <https://www.redalyc.org/pdf/761/76111892003.pdf>.
- Pazmiño, D. (mayo de 2015). *DISEÑO DE UN MODELO DE GESTIÓN BASADO EN LA LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN PARA UNA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS*. UNIDAD ACADÉMICA:, DEPARTAMENTO DE INVESTIGACIÓN Y POSTGRADOS. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1367/1/75755.pdf>
- Perez , J., & Gardey, A. (2012). Obtenido de <https://definicion.de/proceso/>
- Perez , J., & Gardey, A. (2012). *Drfiniciones* . Obtenido de <https://definicion.de/transporte/>.
- Perez , J., & Gardey, A. (2021). <https://definicion.de/costo/>.
- Perez , M. (20 de Junio de 2021). Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/costo/>.
- Perez , M. (30 de enero de 2021). <https://conceptodefinicion.de/transporte/>.
- Perier, J. (1970). *Aprovisionamiento y almacenaje en la venta*. BILBAO: IDEASPROPIAS.
- Pozzo , I., Borgobello , A., & Pierella , M. (Mayo de 2019). *Uso de cuestionarios en investigaciones sobre universidad: análisis de*

experiencias. Obtenido de
file:///C:/Users/59399/Downloads/Relmecse046.pdf

Quintero , A., & Sotomayor , J. (Abril de 2018). "*PROPUESTA DE MEJORA DEL PROCESO LOGÍSTICO DE LA EMPRESA TRAMACOEXPRESS CIA.LTDA DEL CANTÓN DURÁN*". TITULO DE LA TESIS, UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL, FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL, Guayaquil. Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28590/1/TESIS%20Quintero-Sotomayor.pdf>

Quiroa, M. (01 de Noviembre de 2019). *Ecomipedia*. Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>

RM, J. (03 de JUNIO de 2008). Obtenido de
<https://empresayeconomia.republica.com/herramientas/diagrama-causa-efecto.html>

Romero Bermúdez, E., & Díaz Camacho, J. (2010). *Revista Latinoamericana de Estudios Educativos*,
<https://www.redalyc.org/pdf/270/27018888005.pdf>.

Sanchez, J. (05 de Julio de 2017). *Economipedia*. Obtenido de
<https://economipedia.com/definiciones/cross-docking.html>

Santana , I. (6 de Junio de 2021).
<https://economipedia.com/definiciones/logistica.html>.

Size . (30 de Diciembre de 2013). Obtenido de
<https://www.revistalogistec.com/index.php/vision-empresarial/analisis/item/2356-la-distribucion-y-el-transporte>.

Thompson, I. (2021). *Promonegocio* . Obtenido de
<https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/producto-definicion-concepto.html>

Torre, M. (2009). *Certificación ISO 9001:2000* ≠. Obtenido de ISO.

- Transeop. (19 de Marzo de 2021).
- Vallejo, A. (Octubre de 2019). *Beetrack*. Obtenido de <https://www.beetrack.com/es/historias-de-clientes>
- Vallejo, A. (2019). *Beetrack*. Obtenido de <https://www.beetrack.com/es/historias-de-clientes/page/2>
- Veloz , Z., & Rojas , J. (2013). *ESTUDIO PARA MEJORAR EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA*. Tesis de Licenciatura , UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO , UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES, Guayaquil.
- Vermorel , J. (Noviembre de 2014). *Lokad*. Obtenido de tiempo de entrega es la demanda total entre el presente y el tiempo anticipado para la entrega después de la siguiente, si se realiza una reorden ahora para reabastecer el inventario.
- Vermorel , J. (Octubre de 2020). *LOKAD*. Obtenido de <https://www.lokad.com/es/tiempo-de-entrega-lead-time>.
- Westreichder, G. (2021). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/proceso.html>.
- Westreicher, G. (23 de Febrero de 2020). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>
- Westreicher, G. (21 de junio de 2020). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/poblacion.html>
- Yuni, J. (2006). *Técnicas para investigar*. Argentina: Editorial Brujas.