



UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN

CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

LICENCIADA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

DISEÑO DE UN PLAN DE ACCIÓN PARA LA MEJORA DE LA CADENA

LOGÍSTICA DE LA EMPRESA BAN STORE

TUTOR:

DUARTE SUÁREZ HÉCTOR LEONARDO

AUTORES:

ALVARADO GUILLERMO WILSON ANDRÉS

TARCO CHUMA AILY STEFANI

GUAYAQUIL – ECUADOR

2022



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TÍTULO Y SUBTÍTULO:

Diseño de un plan de acción para la mejora de la cadena logística de la empresa Ban Store

AUTOR/ES:

Alvarado Guillermo Wilson Andrés
Tarco Chuma Aily Stefani

REVISORES O TUTORES:

Duarte Suárez Héctor Leonardo, MGS

INSTITUCIÓN:

Universidad Laica Vicente
Rocafuerte de Guayaquil

Grado obtenido:

Licenciado (a) Comercio Exterior

FACULTAD:

Facultad de Administración

CARRERA:

Comercio Exterior

FECHA DE PUBLICACIÓN:

2022

N. DE PAGES:

145 páginas

ÁREAS TEMÁTICAS: Educación Comercial y Administrativa

PALABRAS CLAVE:

Logística, importación, manual, cadena, empresa, planificación.

RESUMEN:

Ban Store es una empresa de importación a nivel nacional que con el pasar de los años en el mercado, presenta falencias en su sistema logístico integral, por lo cual esta investigación es realizada para detectar las falencias en la estructura de la cadena de logística, mejorar su sistema integral, mejorar sus tiempos de entrega y a largo plazo aumentar sus beneficios económicos.

Estas interrogantes serán estudiadas mediante, una entrevista con los responsables de la empresa. encuestas a los colaboradores del área, visita en las instalaciones y reconocimiento de las áreas involucradas en la logística, levantamiento de datos, validación y evaluación, además de su análisis, lo que dio la pauta para la creación de un manual de procesos y diseñar un plan logístico integral para el beneficio de la empresa en ocasiones futuras, además servirá como pauta para otras áreas del sector logístico, pues se conocerá las necesidades de la empresa Ban Store, fortalezas debilidades y se presentará un plan coherente con los objetivos del mismo en este trabajo de investigación.

N. DE REGISTRO:	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL:		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR/ES: Alvarado Guillermo Wilson Andrés Tarco Chuma Aily Stefani	Teléfono: 096 252 9959 0967340031	E-mail: walvaradog@ulvr.edu.ec atarcoc@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	Mg. Oscar Machado Alvarez, Decano	

	<p>Teléfono: 2596500 Ext. 201 Decanato</p> <p>E-mail: omachadoa@ulvr.edu.ec</p> <p>PhD. Mónica Villamar Mendoza</p> <p>Directora de carrera de Comercio Exterior</p> <p>Teléfono: 2596500, Ext. 264</p> <p>E-mail: mvillamarm@ulvr.edu.ec</p>
--	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO ACADÉMICO

Alvarado Tarco Ban store

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%	9%	0%	0%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	tangara.uis.edu.co Fuente de Internet	5%
2	vsip.info Fuente de Internet	5%

Excluir citas Activo
Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 5%

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresados ALVARADO GUILLERMO WILSON ANDRÉS y TARCO CHUMA AILY STEFANI, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación, DISEÑO DE UN PLAN DE ACCIÓN PARA LA MEJORA DE LA CADENA LOGÍSTICA DE LA EMPRESA BAN STORE, corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la normativa vigente.

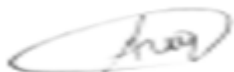
Autor(es)



Firma:

WILSON ANDRÉS ALVARADO GUILLERMO

C.I.0106322449



Firma:

AILY STEFANI TARCO CHUMA

C.I.0954914776

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación DISEÑO DE UN PLAN DE ACCIÓN PARA LA MEJORA DE LA CADENA LOGÍSTICA DE LA EMPRESA BAN STORE, designado(a) por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: DISEÑO DE UN PLAN DE ACCIÓN PARA LA MEJORA DE LA CADENA LOGÍSTICA DE LA EMPRESA BAN STORE, presentado por los estudiantes ALVARADO GUILLERMO WILSON ANDRÉS y TARCO CHUMA AILY STEFANI, como requisito previo, para optar al Título de LICENCIADO (A) EN COMERCIO EXTERIOR, encontrándose apto para su sustentación.



Firma:

MGS. HECTOR LEONARDO DUARTE SUAREZ

C.C. 0912937836

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por nunca soltarme por siempre bendecirme y guiar mi camino, a mi madre Rosa Guillermo por ser el motivo de mis logros por apoyarme, por su confianza y nunca dudar de mí, a mi tío Marcos Alvarado por el empujón desde un inicio y nunca dejar que dé un paso atrás. A mis profesores en especial a mi Tutor Héctor Duarte por que dio fe de este trabajo desde el principio y a mi compañera de tesis Aily Tarco por la dedicación y entrega al trabajo presentado.

Por: ALVARADO GUILLERMO WILSON ANDRÉS

Agradezco con todo mi corazón a mi Dios en primer lugar, Él que me da fuerza, guía mis pasos y me da la oportunidad de vivir esta etapa de mi vida, y agradecer en especial a mi Mamá Mariana Chuma y a mi Papá José Tarco por su apoyo incondicional, por enseñarme a luchar y cumplir cada uno de mis objetivos, a tener fe en mí misma y que con esfuerzo y dedicación se pueden alcanzar lo que se propone. A mis hermanas Arianna Tarco y Dayla Obando por su motivación en cada paso de mi vida, agradecer mis abuelitos Pablo Chuma por sus consejos, y a mi abuelita María Bagua que desde el cielo está celebrando este logro, agradezco a mi Tutor Héctor Duarte y a mi compañero Andrés Alvarado por culminar este período de manera satisfactoria.

Por: TARCO CHUMA AILY STEFANI

DEDICATORIA

Al ser supremo que me da vida y me hace una mejor persona, a mi mama Rosa Guillermo que estuvo en todo momento no cerca como quisiera, pero siempre está apoyándome en mis decisiones y como no dedicarte a ti papa y hermano que no están aquí en este mundo para verme triunfar como siempre me decían, a ustedes siempre será las dedicatorias de metas cumplidas.

Por: ALVARADO GUILLERMO WILSON ANDRÉS

Dedico el presente trabajo ante todo a mi Dios que derramo sabiduría e ilumina mi camino y me enseña todos los días cosas grandes y ocultas que no conozco. A mi Mamá Mariana Chuma y a mi Papá José Tarco por ser la base de este logro, por sus oraciones, por estar presente en cada etapa de mi vida. A mis hermanas que siempre me acompañan. A mi abuelito, por su cariño y en especial a mi abuelita que estuvo esperando ansiosa este momento y sé que lo está celebrando junto a mi tío desde el cielo.

Por: TARCO CHUMA AILY STEFANI

ÍNDICE DE CONTENIDOS

INTRODUCCIÓN	XV
CAPITULO I.....	2
1.1 Tema	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.3 Formulación del problema	4
1.4 Sistematización del problema.....	4
1.5 Objetivos de la investigación	4
1.5.1 Objetivo General.....	4
1.5.2 Objetivos específicos.....	5
1.6 Justificación de la investigación	5
1.7 Delimitación o alcance de la investigación.	6
1.8 Idea a defender	6
1.9 Variables de la investigación	6
1.10 Línea de investigación institucional.....	6
CAPÍTULO II	7
MARCO TEÓRICO	7
2.1 Marco teórico referencial	7
2.1.1. Logística.....	7
2.1.2. Despacho.....	8
2.1.3. Diagnóstico Logístico.....	9
2.1.4. Indicador	9
2.1.5. Objetivos de los KPI logísticos	10
2.1.6. Características de los KPI logísticos	10

2.1.7. Los indicadores de gestión logística	11
2.1.8. Practicidad de los indicadores logísticos	12
2.1.9. Precisión de pedidos	13
2.1.10. Costos de almacenamiento	13
2.1.11. Número de envíos.....	13
2.1.12. Precisión del inventario.....	14
2.1.13. Rotación de inventario	14
2.1.14. Relación de inventario a ventas	14
2.1.15. Transporte	14
2.2. Bases Teóricas.....	15
2.2.1. Generalidades de la Logística	15
2.2.2. Logística de distribución	17
2.2.3. Estimación de la demanda	17
2.2.4. Procesamiento de los pedidos	17
2.2.5. Gestión del almacenaje.....	17
2.2.6. Embalaje.....	17
2.2.7. Transporte	17
2.2.8. Logística empresarial	17
2.2.9. Servicio al cliente	18
2.2.10 .Transporte.....	18
2.2.11. Gestión de inventarios	18
2.2.12. La Logística: Orígenes y Evolución.	18
2.2.13. Orígenes.....	18
2.2.14. Evolución	19

2.2.15. Tendencias mundiales de las logísticas	20
2.2.16. Globalización, recursos naturales y responsabilidad social.....	21
2.2.17. Cambios esperados en el sector de logístico	21
2.2.18. Impacto en la cadena de abastecimiento	22
2.2.19. Demografía, perfiles de habitantes y la demanda del futuro.....	22
2.2.20. Tecnología, nuevos métodos de organización, innovación.....	22
2.2.21. Teorías de la logística	23
2.2.22. Diseño de proceso logístico.....	27
2.2.23. Plan de logística	30
2.2.24. Procedimientos logísticos	33
2.2.25. Importación De Dos Contenedores De Platos Sopera	34
2.2.26. Actividades específicas de la logística empresarial.....	36
2.2.27. Diagrama de flujo del proceso.....	36
2.2.28. Manual de procesos	38
2.3 Marco Conceptual.....	39
Almacenamiento:	39
Aprovisionamiento:	40
Cadena logística:.....	40
Demanda:	40
Tiempo de entrega:.....	40
Producción:	40
Stock:	41
2.4 Marco legal.....	41
CAPITULO III.....	44

METODOLÓGICO.....	44
3.1 Marco Metodológico.....	44
3.2 Tipo de Investigación	45
3.3 Enfoque de la investigación	45
3.4 Técnicas de investigación.....	45
3.5 Población y muestra	45
3.6 Análisis de resultados.....	46
3.7 Benchmarking Competitivo	63
3.8 Los principales competidores de la empresa BAN STORE son:	64
CAPÍTULO IV	66
4.1 Título de la propuesta	66
4.2 Justificación de la propuesta	66
4.3 Objetivos de la propuesta	67
4.3.1. Objetivo General de la propuesta	67
4.3.2. Objetivos específicos de la propuesta.....	67
4.4 Desarrollo de la propuesta.....	67
4.4.1. Antecedentes de la empresa	67
4.4.2. Diagnóstico situacional.....	68
4.4.3. Matriz FODA	69
4.4.4. Fuerzas de Porter.....	70
4.4.5. Organigrama de la empresa	72
CONCLUSIONES.....	109
RECOMENDACIONES.....	110
REFERENCIA CONSULTADAS	111

ÍNDICE DE TABLA

Tabla 1 Delimitación de la Investigación	6
Tabla 2 Notificación de arribo de la carga.....	35
Tabla 3 Matriz de pregunta uno	46
Tabla 4 Matriz de pregunta dos.....	47
Tabla 5 Matriz de pregunta cuatro	48
Tabla 6 Matriz de pregunta cuatro	49
Tabla 7 Matriz de pregunta cinco	50
Tabla 8 Matriz de pregunta seis	51
Tabla 9 Matriz de pregunta 1 encuesta 2	53
Tabla 10 Matriz de pregunta 1 encuesta 2	54
Tabla 11 Matriz de pregunta 3 encuesta 2	55
Tabla 12 Matriz de pregunta 4 encuesta 2	56
Tabla 13 Matriz de pregunta 5 encuesta 2	57
Tabla 14 Resultado de la entrevista	58
Tabla 15 Matriz FODA Empresa Ban Store	69
Tabla 16 Descripción de los procesos mejorados de la empresa Ban Store	80
Tabla 17 Rutas de entrega.....	85
Tabla 18 Grado de cumplimiento 5 S's – Diagnóstico Inicial.....	89
Tabla 19 Recursos humanos para el proyecto.....	93
Tabla 20 Recursos materiales para el proyecto.....	93
Tabla 21 Recursos Técnicos	93
Tabla 22 Total de recursos necesarios para el proyecto.....	94

Tabla 23 Financiamiento del proyecto.....	94
-------------------------------------------	----

ÍNDICE DE FIGURA

Ilustración 1: Guía de Diagrama de Procesos	37
Ilustración 2 Encuesta a colaboradores y clientes de la empresa Ban Store.....	47
Ilustración 3 Encuesta a colaboradores y clientes de la empresa Ban Stor.....	48
Ilustración 4 Encuesta a colaboradores y clientes de la empresa Ban Store.....	49
Ilustración 5 Encuesta a colaboradores y clientes de la empresa Ban Store.....	50
Ilustración 6 Encuesta a colaboradores y clientes de la empresa Ban Store.....	51
Ilustración 7 Encuesta a colaboradores y clientes de la empresa Ban Store.....	52
Ilustración 8 Encuesta a clientes de la empresa Ban Store	53
Ilustración 9 Encuesta a clientes de la empresa Ban Store	54
Ilustración 10 Encuesta a clientes de la empresa Ban Store	55
Ilustración 11 Encuesta a clientes de la empresa Ban Store	56
Ilustración 12 Encuesta a clientes de la empresa Ban Store	57
Ilustración 13: Logo Ban Store	64
Ilustración 14: Logo Mujeres.....	64
Ilustración 15: Logo Dipaso.....	64
Ilustración 16: Análisis de las 5 Fuerzas de Porter	70
Ilustración 17 Organigrama de la empresa	72

INDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1: Diagrama de flujo de la empresa Ban Store.	79
------------------------------------------------------------	----

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Aviso de llegada	114
Anexo 2 Factura Comercial	115
Anexo 3 Declaración Aduanera de Importación.....	115
Anexo 4 Liquidación.....	118
Anexo 5 Factura de bodegaje.....	120
Anexo 6 Turno de salida	122
Anexo 7 Turno de Devolución.....	123
Anexo 8 Flete Factura.....	124
Anexo 9 Gastos Administrativos	125

INTRODUCCIÓN

La actividad comercial relativa al comercio de las necesidades básicas de Ban Store se basa en los estándares del mercado internacional, para satisfacer a los clientes en analogía con el estándar de los productos. El funcionamiento del proceso logístico es extremadamente importante dentro del proceso comercial de un país. Así pues, se ha desarrollado una actividad económica, observando diferentes procesos incluyendo este tipo de mano de obra, y racionalizado el método de las operaciones apoyadas por la logística, y simplificado el equipo de calidad establecido dentro de la calidad.

El proceso de logística puede asegurarse de que la promoción del comercio internacional se aborda de manera satisfactoria, por lo que es importante para comercializar la formulación de planes de logística y fortalecer los planes existentes en las actividades comerciales para satisfacer las necesidades de los consumidores. Durante este camino, el diseño de la logística, el análisis y el desarrollo están vinculados al desarrollo económico y regional.

Hoy en día, la expansión de la actividad del mercado depende de sistemas eficientes y seguros que mejoren la competitividad económica del territorio durante un tiempo sostenible. El elemento clave del proceso logístico es la implantación de tecnologías que mejoren los estándares de calidad para asegurar el suministro de servicios adecuados y aumentar la competitividad.

Analizar la importancia del flujo logístico es un factor que genera desafíos y oportunidades fuera de la ciudad donde se ubica la empresa Ban Store. También a nivel nacional, la logística se convierte en un medio de desarrollo y ordenamiento territorial de manera estratégica, y se relaciona con diversas actividades económicas dedicadas al mercadeo comercial.

CAPITULO I

1.1 Tema

Diseño de un plan de acción para la mejora de la cadena logística de la empresa Ban Store.

1.2 Planteamiento del problema

Los productos básicos desempeñan un papel importante en las exportaciones de la región en su conjunto y en las de la mayoría de los países que la integran. Sin embargo, su participación en ellas se ha venido reduciendo sostenidamente, si bien con fluctuaciones, en una tendencia que se ha vuelto aún más pronunciada durante los años noventa (de 40% en 1990 a 27% en 1999). En las exportaciones intrarregionales, la participación de estos rubros básicos ha disminuido en menor proporción, de 30% a 27%. Al mismo tiempo, la participación de la región, como destino en las exportaciones latinoamericanas de los productos en cuestión, aumentó de 10.4% a 15.7%. (Cepal, 2015)

La reactivación paulatina de la producción y el consumo impactan en las importaciones. El rubro de compras al exterior subió un 13% entre enero y abril de este 2021 frente a iguales meses del año pasado, cuando regía en el país un cierre total de actividades. Aunque la cifra total de importaciones aún no alcanza los niveles del pre pandemia, algunos rubros muestran un desempeño positivo frente a los meses de antes de la crisis. Así mismo el país compró más materias primas y maquinaria para el agro e insumos para la industria, entre enero y abril de este año, comparado con igual lapso del 2019 (pre pandemia).

Otro segmento que creció fue la compra en línea de los consumidores por ‘Courier’, que creció 44% en ese período. (El Comercio, 2021) “El comercio electrónico y la llegada de paquetería de migrantes impulsó al tráfico postal. Edith Villavicencio, presidenta de la Asociación de Empresas de Mensajería, explicó que gracias a estos elementos se apuntaló al

sector, para que logre la cifra más alta de importaciones desde el 2015. Para las empresas, el comportamiento del consumidor cambió en los últimos dos años. Alejandro Montalvo, vocero de DHL, dijo que 6 de cada 10 compradores optan por empresas que ofrecen entregas más rápidas. El sector, además, proyecta crecer con la eliminación de la tasa de USD 42 para paquetes bajo el sistema 4×4, que rige desde el 14 de junio del 2021” (El Comercio, 2021)

La mala administración del almacenamiento y no llevar control del cumplimiento de la distribución, órdenes procesadas o pedidos de los clientes podrían causar un desequilibrio económico en los ingresos y utilidad de las mismas. Además, por cumplir los tiempos acordados en la demanda pueden generarse costos extraordinarios, como comisiones en las compras de los productos elaborados, convenios extraordinarios con grupo económicos etc.

Estos costos quizás no están considerados en la compra inicial de los productos elaborados. En Ecuador las empresas importadoras están optimizando y mejorando sus procesos logísticos, así pues, Ban Store está obligada a ser más eficiente en el control de sus procesos logísticos, manejo de costos, la gestión de inventarios es importante porque permitirán abastecerse de productos elaborados en el tiempo correcto con los volúmenes apropiados para cumplir con la demanda del mercado. Ban Store, donde la rentabilidad y márgenes de la utilidad están sujetas a centavos de dólares por cada venta, para que sea rentable, debe administrar sus inventarios estratégicamente en función a la demanda del mercado evitando desabastecimiento o desbordes de inventarios, planificación eficiente y excelente control en los inventarios evitaran pérdidas para esta.

En Ban Store, los despachos están enfocados a la satisfacción del cliente, creando valor agregado en cuanto a marcas, precios, calidad y una política de mejora continua. A pesar de que el corporativo ha dirigido sus esfuerzos hacia el cumplimiento de metas que lo posicionan dentro del mercado, se detectan deficiencias dentro de los procesos logísticos de

almacenamiento y despacho, lo cual afecta el correcto funcionamiento y eficiencia de la Cadena de Suministro de Importación.

En estos tiempos se han experimentado falencias en despachos de productos a los distintos mercados provinciales, comercializado su producto, tal situación podría traer consecuencias y malestar entre compradores, porque necesitan que el producto adquirido sea entregado de manera inmediata, porque es una posible amenaza para el fortalecimiento tanto de la marca como del producto en el mercado. Debido a esto surge la necesidad de encontrar las falencias en la estructura de la cadena logística de la empresa Ban Store para mejorar su sistema logístico integral, mejorar sus tiempos de entrega y por ende su beneficio monetario a largo plazo una vez socializado e implementado este plan logístico para beneficio de la empresa Ban Store Ecuador.

1.3 Formulación del problema

¿Cómo beneficiaría promover y reforzar la estructura de la cadena logística de la empresa Ban Store a la hora de las entregas interprovinciales?

1.4 Sistematización del problema

1. ¿Los procesos logísticos que realizan en la empresa Ban Store son adecuados?
2. ¿Qué proceso logístico se adapta a las necesidades de la empresa Ban Store?
3. ¿Se han diseñado planes logísticos en la empresa Ban Store que optimice los procesos para el crecimiento y mejora en la satisfacción al cliente?

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 Objetivo General

- Elaborar un manual logístico de la empresa Ban Store para mejorar la cadena logística de la empresa Ban Store Ecuador.

1.5.2 Objetivos específicos

- Recopilar información referente a los procesos logísticos realizados en la empresa Ban Store mediante metodología científica.
- Escoger el proceso logístico que se adapte a las necesidades de la empresa Ban Store para cumplir las metas trazadas.
- Crear un manual para la empresa Ban Store que optimice los procesos para el crecimiento y mejoría en la satisfacción al cliente.

1.6 Justificación de la investigación

La presente tesina “Diseño de un plan de acción para la mejora de la cadena logística de la empresa Ban Store” es de utilidad en venta del producto y/o servicios desde el origen hasta los procesos de distribución y almacenamiento, además busca la “satisfacción de las necesidades del cliente” en aspectos de calidad, cantidad y precios (acordes a la competencia-mercado).

Al elaborar el estudio de la cadena logística que permita establecer la estandarización de los procesos dentro de la empresa, minimizar los reclamos o devolución por temas de calidad, estableciendo parámetros de control aplicados a los procesos logísticos que validen la seguridad al consumidor. Por otra parte, el propósito de esta investigación permitirá una guía de parámetros logísticos que promuevan la comercialización efectiva del producto, creando una cadena de valor en proceso productivo.

Ahora bien, este proyecto de titulación, está basado en la oportunidad que tendrá la empresa Ban Store al implementar el plan de acción, para resolver falencias presentadas en sus operaciones, además, de la estabilidad administrativa y financiera de la empresa (objeto de estudio); de ahí la gran importancia de esta investigación.

1.7 Delimitación o alcance de la investigación.

Tabla 1 Delimitación de la Investigación

Campo:	Socioeconómico
Área:	Comercio Exterior
Tema:	“Diseño de un plan de acción para la mejora de la cadena logística de la empresa BAN STORE”
Tiempo	2020-2021.
Lugar:	Ecuador.

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

1.8 Idea a defender

Al diseñarse un plan de acción mejorará la cadena logística de la empresa Ban Store.

1.9 Variables de la investigación

Variable Independiente: Desarrollo de un plan de acción para la mejora de la cadena logística de la empresa Ban Store”.

Variable Dependiente: Aplicación de este proyecto en la Empresa Ban Store.

1.10 Línea de investigación institucional

La presente investigación tiene un dominio de Emprendimientos sustentables y sostenibles con atención a sectores tradicionalmente excluidos de la economía social y solidaria, haciendo referencia a la línea institucional desarrollo estratégico empresarial y emprendimientos sustentables, apoyándose en la línea de la facultad Marketing, comercio y negocios locales.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Marco teórico referencial

2.1.1. Logística

Según el diccionario APICS, la logística se define en un contexto industrial, el arte y la ciencia de obtener, producir, distribuir material, producto dentro del lugar correcto y dentro de las cantidades correctas (Betun, 2017).

La logística se emplea de forma más amplia para pedir el método de coordinación y movimiento de los recursos (personas, materiales, inventario y equipos) desde un lugar hasta el almacenamiento en el destino especificado (Anzules, 2016). El término logística se originó en el ámbito militar, en relación con el traslado de equipos y suministros a las tropas sobre el terreno.

La gestión logística puede implicar algunas o todas las funciones empresariales posteriores, que incluyen

"Transporte de entrada-salida"

"Almacenamiento"

"Manipulación de materiales" o "Cumplimiento de pedidos".

"Cumplimiento de pedidos" o "Cumplimiento de pedidos" o "Gestión de inventarios".

"Gestión de inventarios".

Toda conceptualización de logística gira alrededor de la palabra disponibilidad y guarda relación muy estrecha con la expresión que afirma que el éxito de una empresa radica en ofrecer al mercado el producto correcto, en el lugar correcto y el momento correcto. “La

logística se convierte en un factor de ventaja competitiva en tanto consiga optimizar el flujo de materiales y su coste de manipulación, así como agilizar el servicio y el nivel de fiabilidad. La logística es que el proceso de diseñar y ejecutar el transporte y almacenamiento eficiente de los productos empezando en el propósito de origen hasta el de consumo (Chaabani, 2016). El objetivo de la logística es satisfacer los requisitos del cliente durante un tiempo y de manera rentable.

2.1.2. Despacho

Los eventos pueden ser cualquier cosa, desde pedidos urgentes, congestión del tráfico, averías de vehículos y entregas fallidas hasta un aumento abrumador en la demanda de productos o el retiro de un producto (FAO, 2016). El despacho es el proceso de llevar a cabo varias acciones automáticas o manuales para resolver problemas o evitar la escalada. La persona que se encarga de la gestión de envíos y eventos suele denominarse despachador. Normalmente, este despachador necesita buenas soluciones de software que le ayuden a tomar las decisiones correctas durante la ejecución.

Una herramienta adecuada ofrece visión general, apoyo a la toma de decisiones y automatización (Eslava, 2016). Las características cruciales para vigilar y gestionar la fase de envío del proceso de diseño son

- Una interfaz en tiempo real con los dispositivos, como los ordenadores de a bordo y los dispositivos móviles, que garantiza una información actualizada.
- Cálculo continuo de ETAs fiables, mientras que el seguimiento de todas las dependencias pertinentes o tal vez continuamente la re optimización de todo el calendario restante apoyado toda la información real.
- Controles continuos de sus limitaciones de tiempo, como los plazos de entrega y los horarios de apertura.

- Propuestas de optimización para la planificación de pedidos urgentes, la identificación de pedidos adicionales para un vehículo, la asignación de conductores y la resolución eficaz de cualquier violación de las restricciones. Capacidad para conectarse a un portal web para que los clientes puedan rastrear pedidos y rastrear ETA actualizados directamente
- Medidas de rendimiento detalladas basadas en información en tiempo real y en indicadores clave de rendimiento, como el porcentaje de llegadas tardías o los tiempos de espera.
- Advertencias activas para que el despachador tome medidas correctivas, por ejemplo, enviando el vehículo disponible más cercano.

2.1.3. Diagnóstico Logístico

El objetivo principal de un diagnóstico logístico es detectar una serie de problemas para proponer una idea de actuación a través de mejoras orientadas al crecimiento continuo de la organización. En consonancia con algunas personalidades que proponen las siguientes etapas previas para realizar un diagnóstico logístico honesto:

- Entrevista previa con los responsables de la empresa: Cuyo objetivo es alinear los objetivos claros, el personal implicado y un calendario de actuación.
- Encuesta a los colaboradores del área logística para obtener más información sobre el mundo.
- Visita a las instalaciones: para tener un reconocimiento de las áreas de la empresa y por lo tanto del problema a atacar.
- Recogida de datos a través de cuestionarios.
- Proceso de validación y evaluación de la información recogida.
- Análisis de la situación.
- Conclusiones e informe final.

2.1.4. Indicador

“Los KPIs o indicadores logísticos son indicadores de rendimiento empleados por los gestores logísticos para seguir, visualizar y optimizar de forma eficiente todos los procesos

logísticos relacionados (Díaz, 2013)." Entre otras cosas, estas medidas involucran el transporte, los almacenes y las cadenas de suministro.

2.1.5. Objetivos de los KPI logísticos

Los indicadores clave de rendimiento logístico (KPI) ayudan a las empresas a formar decisiones, a encontrar errores o equivocaciones para corregirlos y evitar que se repitan.

Los datos obtenidos de las mediciones periódicas se pueden utilizarse como guía para conocer mucho más de la realidad, que es el punto de partida para el uso de los KPI. Para ello, se citan los siguientes objetivos comerciales:

1. Comprender los errores operativos para tomar medidas correctivas
2. Utilizar la medición como referencia para mejorar la competitividad a nivel local e internacional
3. Reducir el tiempo de entrega y optimizar los servicios brindados para lograr clientes satisfechos
4. Uso razonable de recursos para realizar operaciones eficientes
5. Mejorar la eficiencia de las operaciones logísticas
6. El benchmarking con empresas locales y globales es una mejora (Caballero E., 2018).

2.1.6. Características de los KPI logísticos

Los indicadores de gestión logística tienen algunas características para su correcta ejecución, en consonancia con el esquema de Mora (2017), estas características son:

- ✓ Deben ser cuantificables, es decir, se leerán en porcentaje o en números y por lo tanto los resultados deben recibir números específicos para una evidencia.
- ✓ Deben estar en relación con la estrategia de la empresa y la cultura de la empresa. deben estar enfocados a la acción con el fin de que a menudo se realicen mejoras.
- ✓ Mantenga siempre la comparabilidad y evite resultados erróneos al utilizar fórmulas diferentes.
- ✓ Sus datos deben obtenerse para que sean comparados con indicadores similares de empresas de la misma fila (benchmarking).

2.1.7. Los indicadores de gestión logística

Son indispensables para regular y mejorar los procesos. En este sentido, el autor Ruiz (2017) reconoce que "lo que no se puede medir no se puede controlar, y lo que no se puede controlar no se puede mejorar (p. 77)". Esta definición deja muy claro lo importante que es formar el trabajo de indicaciones coherente con el método.

Para tomar la decisión adecuada, es esencial poseer una buena métrica que permita recoger y analizar los datos relativos al método, predecir los resultados y evitar las restricciones al colocar supuestos que al final no proporcionarán un buen resultado, y en un tiempo equivalente. Utilizando la logística de índices de gestión, es posible observar, analizar, conectar, clasificar, asociar, establecer e interpretar datos importantes para mejorar los procesos interiores de la empresa (Gutiérrez, 2016).

Los indicadores logísticos son indicadores de desempeño cuantificables utilizados para la evaluación periódica de los procesos. En relación con esta definición, el autor Salazar (2018) afirmó: los indicadores de gestión logística son indicadores que sirven para evaluar el desempeño y los resultados de cada proceso de recepción. Como la logística, el almacenamiento, el inventario, la programación, la distribución, la entrega, la facturación y el flujo de conocimiento entre las partes.

Toda empresa debe desarrollar habilidades en torno a la gestión de los indicadores de gestión logística para estar preparada para utilizar el conocimiento generado durante un tiempo oportuno (para tomar decisiones) (p.13). En consonancia con el autor, los indicadores logísticos piden indicadores que medirán los resultados del método desde la recepción hasta la entrega, lo importante es que la empresa debe tener los talentos para gestionar adecuadamente las indicaciones para formar las decisiones adecuadas y hacer mejoras continuas.

Los indicadores logísticos son las personas que se utilizan para la gestión de suministros, incluyendo el almacenamiento, el inventario, la programación, la facturación y los procesos entre los participantes. el propósito más importante de esos indicadores es guiar la eficiencia y la eficacia de la logística de la empresa, la utilización de la tecnología y la gestión para regular las operaciones, monitorear las operaciones, verificar las operaciones, cumplir con las operaciones y tomar acciones correctivas cuando sea necesario para mejorar la cadena de disponibilidad (Mora, 2017).

2.1.8. Practicidad de los indicadores logísticos

Los indicadores logísticos sirven para obtener una serie de ventajas dentro de la empresa, entre las que se encuentran la parametrización del plan de actividades logísticas, la medición de los resultados, la predicción de los logros durante un periodo de su tiempo, la determinación de las mejoras y la consecución de la coordinación entre los procesos logísticos y los procesos internos de forma unánime, es decir, la promoción de las actividades empresariales, las mejoras a nivel de la empresa, la capacidad instalada más sencilla suelen obtenerse a través de la correcta aplicación de dichos indicadores.

La clasificación de los KPIs logísticos debe identificar, calcular y aplicar adecuadamente los indicadores de gestión logística para conocer la gestión y el comportamiento de cada actividad como parte del proceso logístico de la empresa para definir estrategias que ayuden a reducir los costes logísticos y optimizar los recursos.

Los indicadores clave de desempeño logístico más relevantes son

- Indicadores de compras y aprovisionamiento. -Supervisando los aspectos relevantes del proceso de compras (como las negociaciones y alianzas con los proveedores), mejorarán la gestión de las compras.

- Indicadores de producción e inventario. -Permiten vigilar el movimiento de los productos a lo largo de la cadena de disponibilidad, para entender cuándo es importante el reaprovisionamiento y apoyar los costes operativos.
- Indicadores de almacén y almacenamiento.
- Permite estar de acuerdo con el indicador principal, ya que el control del proceso de almacén se decide por el impacto de los costes de explotación, es decir, el abastecimiento y el almacenamiento están interrelacionados.
- Indicadores de transporte y distribución: a menudo se controlan los costes de transporte y su impacto en el inmovilizado y en la respuesta del cliente (satisfecho/insatisfecho). Este indicador es la clave del proceso logístico y el rendimiento empresarial depende en gran medida de este indicador.

2.1.9. Precisión de pedidos

La tasa de pedidos perfecta es otra métrica logística muy importante cuando se trata de la eficiencia de su cadena de suministro (Tabango & Arias, 2018). Mide la cantidad de pedidos que se procesan, envían y entregan sin incidentes en su camino. Se respetan tanto el tiempo de envío como el de entrega, el pedido no es incorrecto y la mercancía no está dañada.

2.1.10. Costos de almacenamiento

El almacenamiento es la gestión del espacio y el tiempo. Los costos de almacenamiento se refieren al dinero destinado a bienes transportados dentro o fuera del almacén (Tabango & Arias, 2018). Estos gastos incluyen costos de equipo y energía (como ordenar, almacenar y cargar mercancías) y más costos laborales (como mano de obra, transporte o entrega) (Tabango & Arias, 2018).

2.1.11. Número de envíos

El envío no es solo una cuestión de enviar mercancías y paquetes en camiones o barcos. Los envíos son el escaparate de su almacén; su calidad y, por tanto, la exactitud de la mayoría de los pedidos también demostrarán el nivel de su servicio.

2.1.12. Precisión del inventario

La precisión del inventario es una de esas métricas logísticas que harán o romperán su almacén. De hecho, tener un registro específico de todos sus productos en su base de datos que no coincida con el inventario físico concreto puede perjudicar considerablemente a su negocio.

2.1.13. Rotación de inventario

Este KPI logístico mide la cantidad de tiempo que su inventario se ha agotado por completo durante un periodo de tiempo específico. Es un excelente indicador de un proceso de planificación y producción eficiente, así como de la gestión de marketing y ventas.

2.1.14. Relación de inventario a ventas

Esta métrica logística es dulce para evaluar el exceso de inventario. Mide la relación entre el inventario disponible que se puede comprar y la cantidad concreta que se ha vendido. Suele ser un excelente indicador de rendimiento que también le dirá si su empresa está en condiciones de hacer frente a situaciones inesperadas.

2.1.15. Transporte

"La definición de transporte es que el movimiento de seres vivos o cosas de un lugar a otro. Los métodos de transporte incluyen el ferrocarril, el aire, la carretera, el agua, el cable, la tubería y el espacio. El sector se suele dividir en infraestructura, vehículos y operaciones". El transporte es vital porque puede promover el comercio entre personas, en la construcción de la civilización.

La gestión del transporte se centra en la planificación, optimización y ejecución de la utilización de vehículos para trasladar mercancías entre almacenes, tiendas minoristas y clientes. El transporte es multimodal, y puede incluir el mar, el aire, el ferrocarril y la carretera. No es de extrañar que la gestión del transporte sea un proceso complejo que implica

la planificación y optimización de las rutas de envío y las cargas, la gestión de los pedidos, la auditoría de la carga y el pago. También puede llegar a la gestión de patios, un proceso que supervisa el movimiento de vehículos a través de patios fuera de las plantas de fabricación, almacenes e instalaciones de distribución. La gestión del transportista es un aspecto crucial porque el valor, la disponibilidad y la capacidad de los transportistas pueden variar mucho.

2.2. Bases Teóricas

La creación de modelos de administración para ser administrados por una corporación cuyo principio económico es el suministro de servicios, solicitan que los sistemas logísticos de una alta competencia estén en la cúspide, al estrés de las obligaciones de los compradores, la posición para obtener mayores resultados y la producción dentro del desarrollo de las cadenas de suministro, es esencial poseer la comprensión de las bases teóricas basadas a la logística (Vivar, 2015).

2.2.1. Generalidades de la Logística

El glosario de la Real Academia Española especifica el término logística como:

"Es aquella agrupación de conductos y procedimientos que son importantes para llevar a cabo el diseño de una corporación, o sociedad, principalmente de distribución (Vivar, 2015)". "Se logra definir la logística porque las administraciones de una serie de disposiciones. Que van desde el tejido hasta la obtención de la mercancía o utilidad siendo finalmente consumida o procesada, con tres características importantes de materiales como el inventario, la trazabilidad y el precio. La palabra logística tiene como sinónimos: táctica, planificación, provisión, transferencia (Vivar, 2015)".

En el imperio de roma se empezó a implementar la logística como termino de milicia, con esta palabra o término se nombraba gestor o intendente del ejército. En el siglo XIX el

significado de “logística” se amplió por los comandos del ejército como habilidad de la guerra que se ocupaba para planificar un movimiento o estrategia de las tropas en una tienda, su hospedaje, traslado y casa consistorial.

Después de la segunda guerra mundial los especialistas que habían realizado la logística militar retornaban al mundo empresarial, los procedimientos de logísticas crecían y se desarrollaban rápidamente (Vivar, 2015). Se puede definir para el campo profesional a la logística como: “un movimiento de compañía que tiene como fin cumplir con las necesidades del comprador o cliente, proporcionando elementos, utilidad y servicios en el momento, sitio y monto que se solicite, todo estos al mínimo costo (Vivar, 2015)”.

En ámbito de empresas la logística debe garantizar una imagen y una organización de los flujos, de materias, de datos informativos y económicos, comenzando por sus orígenes hasta su destino final. Estos flujos se deben efectuar de manera racional y organizada con la finalidad de contribuir al cliente elementos, productos, servicios en el monto, calidad estimada, en un tiempo-sitio solicitado, con una alta rivalidad y competencia garantizando el sostenimiento del medio ambiente (Vivar, 2015).

Según Martin Christopher, maestro de logística de Cranfield: Es el desarrollo de organizar estrategias del movimiento, resguardo de los materiales, partes-elementos terminados desde el abastecedor por medio de la empresa hasta el comprador o cliente (Vivar, 2015).

Para las compañías existen variados significados de palabras, el efecto de su desarrollo, empezando de la logística del ejército hasta un significado moderno del arte y la habilidad, que se encarga de la constitución de los flujos de bienes, energía y datos; por cuanto la logística es primordial para la veta y/o el comercio, puesto que está formado por un sistema que une entre la producción y las ferias o mercados que están alejados por el tiempo y la

distancia. La logística empresarial protege la gestión y las estrategias de las actividades de las áreas de compras, producción, traslado, pagos entrega, deposito (Vivar, 2015).

2.2.2. Logística de distribución

La logística de reparto indica el transporte de los bienes o tareas finales para colocar a disposición del cliente o consumidor. Para que se pueda generar esta distribución física desde su principio hasta el comprador, se debe tener en cuenta los siguientes parámetros (Vivar, 2015):

2.2.3. Estimación de la demanda

“Calcular el monto del producto que se va a vender correlacionando con la demanda, así como el momento y el monto preciso del producto (Vivar, 2015)”.

2.2.4. Procesamiento de los pedidos

“Es el régimen veloz y eficiente de las órdenes de adquisición (Vivar, 2015)”.

2.2.5. Gestión del almacenaje

“Considera las medidas de entrada y salidas del acopio donde está el producto (Vivar, 2015)”.

2.2.6. Embalaje

“Es el paso que guarda y protege el producto (Vivar, 2015)”.

2.2.7. Transporte

“Son los bienes y estrategias de la ruta para dirigir el producto o carga a su destino (Vivar, 2015)”.

2.2.8. Logística empresarial

La logística de compañías o la planificación de la cadena de abastecimientos, comprende de acciones de distribución, traslado y almacenaje, enfocándose en la coordinación de estos tres pasos caracterizados por:

2.2.9. Servicio al cliente

“Se realiza mediante la ayuda del área de ventas, donde concluyen las necesidades y aspiraciones del usuario (Vivar, 2015)”.

2.2.10 .Transporte

Es la forma-medio que se hará llegar el producto, estableciendo las rutas o vías donde será transportado, distribuido y planificado el/los vehículos (Vivar, 2015).

2.2.11. Gestión de inventarios

Determinación de movimiento de bienes, las formas de división y el método de reabastecimiento; el plan principal es disminuir al mismo posible los niveles de realidad, asegurando poder obtener el producto, terminado procesado en el momento indicado (Vivar, 2015).

2.2.12. La Logística: Orígenes y Evolución.

La logística como plan mundial de compañías, relacionado lo económico y de manera única en lo referente a la importancia que tiene a la entrega de productos y cargas, desde el proveedor hasta el comprador, se obtiene colocando en primer lugar a talento humano, los recursos tecnológicos e innovadores, gestión de existencia entre otros (Vivar, 2015).

2.2.13. Orígenes

El inicio de la logística proviene desde los primeros grupos de personas, donde la familia conseguía alimento en un tiempo determinado en el año, almacenando en cuevas para tiempos de inviernos, cabe recalcar que se tendría que tener un inventario para el consumo de ese tiempo, cuevas que debían ser apropiadas para su ingreso, sin embargo, el periodo de la primera y segunda guerra mundial llevo a formar un papel muy importante en su aplicación (Vivar, 2015).

“El termino logística proviene del campo del ejército, está relacionado con la obtención de suministros de equipos y materiales que se requieren para efectuar una misión. Los ingenieros de logística de las compañías han coordinado siempre procesos de abastecimiento de suministro de materiales. Actualmente es más frecuente el usar este término por parte de organizaciones que cuentan con un numero grande de puntos de suministros (Vivar, 2015).

En la década de los 50, después de la segunda guerra mundial, principalmente para atender el aumento que creció de forma considerable en los países industrializados, debido que la capacidad de distribución era baja para la demanda, fue allí que se comenzaron hacer cambios sustanciales en los sistemas de entrega y la logística comenzó a tener personalidad propia dentro de una estructura (Vivar, 2015).

Durante los años 50 y 60 los cambios que se realizaron contribuyeron a la mejora de condiciones económicas y tecnológicas favoreciendo a las industrias (Vivar, 2015).

2.2.14. Evolución

La logística siempre es esencial en cualquier plan económico, sin embargo, en los últimos tiempos se ha sentido un desinterés de la mismas, en vista que un gran número de empresas lo está utilizado como herramienta gerencial por los resultados positivos. A mediados de los setenta los empresarios entendieron que la disminución de inventarios y cuentas por cobrar aumenta el flujo de efectivo- rentabilidad y podía mejorar si se organiza las operaciones de entrega efectivamente. A finales de esta década, aparece la definición de gestión de materiales, creando una situación de falta de suministro, cuyo resultado era proporcionar un nivel de servicio con un pago mínimo, situación que se conoce como madurez de logística, por la concientización de la empresa en su importancia (Vivar, 2015).

A partir de 1980 se establece la logística como un resultado de las dudas generadas por la disminución económica característica de la misma década, se vuelve importante una

organización de todo proceso de entrega, que efectué todas las actividades desde la compra de la materia prima hasta que la recibe el comprador (Vivar, 2015).

En otras palabras, se puede garantizar que con una excelente gestión de estrategias se puede proveer el producto o elemento correcto en la cantidad esperada, en el sitio indicado en el tiempo preciso y con un costo adecuado al consumidor (Vivar, 2015).

En las décadas de los 90, las logísticas, es el proceso que más se efectúa adelantos tecnológicos en áreas como electrónica, informática y mecánica, ha disminuido la gerencia de provisiones mediante el uso de intercambio electrónico de documentos por transacciones y contabilidad (Vivar, 2015).

De lo anterior se puede garantizar que el desarrollo de la logística empezó en los 90, utilizando tecnología la cual facilitó que las personas realizaran sus trámites desde casas. En conclusión, en los 20 años de desarrollo se ha especializado y establecido en gran parte la función de las logísticas como estrategias fundamentales de empresas en la actualidad no se acepta una empresa-compañía que opere sin tener gestión logística que se encargue de dirigir, proveer, producir, almacenar transportar y dar un buen servicio al cliente (Vivar, 2015).

2.2.15. Tendencias mundiales de las logísticas

En los países más desarrollados la visión o el alcance sobre la logística depende de implementación de tecnología o llamados TICs a esta actividad, es verdad es importante la tecnología, pero también el desarrollo de talento humano, factores sociales, económicos y ambientales (Vivar, 2015).

La globalización ha permitido un crecimiento económico mundial puesto que no hay impedimentos o prohibiciones que delimiten, con la globalización se están permitiendo otros cambios como oferta y demanda en el mediano plazo, además la participación de la mujer en el mercado laboral ha aumentado en el mundo, fenómeno denominado Womenomics;

cambios geoestratégicos ,dudas y dificultades; cambios políticos como distribución del poder económico, cambios tecnológicos, rol protagónico (Vivar, 2015).

Las innovaciones que efectuaran un impacto en el futuro son según Vivar, 2015:

- Aumento de la internalización con nuevos principios
- Perfil del habitante en el mundo 2030
- Presión en aumento sobre los recursos naturales
- Más atención a la interacción y papel de las grandes compañías
- Personalización conjugada
- Polarización de los comercios
- Nuevos métodos de planificación e interacción
- ¿Habrá de todo? Faltaran grandes ideas y talentos
- Innovación sí, pero con propósito de negocio

2.2.16. Globalización, recursos naturales y responsabilidad social

A medida del aumento comercial y la globalización económica, desarrolladas con la internacionalización del capital económico, industrial, de ventas, las relaciones políticas, el proceso logístico, se convierte en la clave de la comercialización, sienta de gran importancia para elevar la eficacia de las empresas y cadenas productivas (Vivar, 2015).

2.2.17. Cambios esperados en el sector de logístico

La internalización de los comercios y competencias, tendrán un gran impacto tanto en oferta como demanda llevando a cambios de alcance y escala de las cadenas de provisiones; las experiencias de mercado pueden aparecer y desaparecer velozmente, se producirá un aumento en la volatilidad, manteniéndose alerta de la rivalidad y competencia porque el mercado-comercio puede reducirse de la noche a la mañana (Vivar, 2015).

2.2.18. Impacto en la cadena de abastecimiento

Se debe incluir las regiones que contenga bajo costo de sus diseños de cadenas de provisiones, siendo hoy una actividad común, hace 5 años el país asiático China era uno de las principales fuentes de servicios de bajo costo, en la actualidad este país está compitiendo con Vietnam y India por esta posición, lo que demuestra que los negocios están sujetos a cambios permanentes (Vivar, 2015).

2.2.19. Demografía, perfiles de habitantes y la demanda del futuro

El siglo XIX será el siglo de las ciudades tal como lo declaró Koffi Annan ex secretario general de las Naciones Unidas (1997-2006) las ciudades de Asia, África y Latinoamérica aumentara, crearan nuevas formas de vidas urbanas y emergentes (Vivar, 2015).

Los comercios se dividen por partes que las compañías quieran atraer. Los modelos demográficos probarán una mayor duplicación entre segmentos de renta elevada y de renta baja. Los clientes más esplendidos, la mayoría son de los países más desarrollados, demandaran productos más innovados y personalizados acorde a sus necesidades, siendo la demanda más predecible (Vivar, 2015).

2.2.20. Tecnología, nuevos métodos de organización, innovación y competitividad.

La innovación tecnológica no ha llegado a su cumbre, los nuevos avances llevaran a nuevas propuestas de productos y/o servicios, las ideas innovadoras tecnológicas, no son apoyadas si no viene de la mano de un buen modelo de gestión de negocios, además, el incremento en la capacidad de comunicarse impactara a la velocidad de datos de información y trazabilidad de un elemento (Vivar, 2015).

2.2.21. Teorías de la logística

La logística se ha vuelto una forma o un marco de ejemplo, mecanismo de estrategias, con una gran importancia dada por la necesidad de aumentar y mejora un servicio al cliente disminuyendo a su vez los procesos y los costos (Vivar, 2015).

El deber principal de la logística de compañías es dar los productos adecuados-necesarios, en el sitio correcto (en el momento indicado), contribuyendo lo máximo a la rentabilidad; el plan de la logística es la satisfacción y cumplir con la demanda en las mejores condiciones de trabajo garantizado servicio, costo y calidad, mejorando la conformidad con los requisitos del cliente (Vivar, 2015).

2.2.21.1. Tipo de logísticas

- Logística de aprovisionamiento.
- Logística de distribución.
- Logística de inversa.

Es un conjunto de seguros que implementa una compañía para tener la estabilidad y aseguramiento de los productos, transporte, almacenamiento, equipamiento correcto de la materia prima, tanto cantidad como costos deseados (Vivar, 2015).

Estas operaciones se reparten en tres tareas básicas de orden:

- Elección del sistema de aprovisionamiento
- Confección y tramitación de los pedidos
- Recepción de mercancías

2.2.21.2. Logística de distribución

Es un conjunto de actividades que se encarga de garantizar todas las entregas solicitadas y requeridas por los clientes, como tiempo de entrega, el medio de transporte, no todo los productos tendrán el mismo servicio para los clientes este un principio esencial de la logística

por lo que son distintos productos y a su vez distintos requerimientos, sugieren que deberían entregar variadas estrategias de distribución dentro de una misma línea de producto (Vivar, 2015).

2.2.21.3. Logística de producción

Es la administración de provisiones de la materia prima o producto terminado hasta el lugar donde los mismo son consumidos, esta logística empieza con el empresario que genera, adquiere los insumos necesarios para la producción de un elemento final deseado, luego la logística de producción se garantiza de llevar el producto hasta el cliente (Vivar, 2015).

La estructura interna de un deber puede ser analizada de la siguiente manera:

- Tareas esenciales.
- Tareas auxiliares.
- Margen de tolerancia.
- Tarea de preparación y terminado hasta de máquinas.

2.2.21.4. Logística inversa

Se trata de la recogida, desmontaje y separación de productos usados o sus componentes, para aprovechar todo el producto, su valor y su sentido amplio de sostenibilidad, sino se puede aprovechar dicho producto se procede a su destrucción (Vivar, 2015).

La logística inversa se basa en los siguientes puntos:

- Costo benéfico: Mejorando servicios con costos más bajos de producción.
- Exigencias legales: Protección de salud y del ambiente.
- Responsabilidad social: está asociado al poder de compra y a consumidores que se basan en productos ambientales amigables.

2.2.21.5. Logística pura:

Esta se refiere a investigaciones científicas teóricas y como a criterios propios que permita general leyes fundamentales que rigen la actividad logística de una empresa (Vivar, 2015).

2.2.21.6. Logística aplicada:

Esta es más enfocada en la acción de los métodos o procedimientos efectuados en un sistema logístico. Esta de mayor nivel tiene como responsabilidad estrategias políticas a nivel nacional y resolviendo cualquier problema de infraestructura como por ejemplo en los ministros de industria comercio y otros (Vivar, 2015).

2.2.21.7. Principios de conceptos y actividades logísticas

El principio y concepto de logística tiene como objetivo proporcionar a las organizaciones mano de obra, recursos materiales, servicios y recursos más necesarios para cumplir los requisitos de cantidad, calidad, tiempo y lugar. Además, la estructura de la empresa, los principios logísticos son la premisa básica, esto debe tenerse en cuenta durante la planificación y ejecución (Salas & Zhindon, 2015, p. 17).

- 1. Previsión:** incluido el personal concertado previamente, materiales y medios para satisfacer diversas necesidades, sean planificadas o para el futuro de todos los pasos logísticos, preparación oportuna de métodos y análisis continuo del desarrollo de procesos (Salas & Zhindon, 2015, p. 17).
- 2. Economía:** Se refiere al uso efectivo de personal, materiales y métodos para reducir procesos o trabajos innecesarios, es necesario brindar la cantidad-calidad requerida de materiales y métodos, es decir, adoptar una buena disciplina de suministro (Salas & Zhindon, 2015, p. 17).
- 3. Oportunidad:** apoyo proporcionado en el momento y lugar adecuados (Salas & Zhindon, 2015, p. 17).

4. Sencillez: Es la aplicación de técnicas, estándares y procedimientos sencillos en la planificación, ejecución u operación de los procesos logísticos (Salas & Zhindon, 2015, p. 17).
5. Flexibilidad: Es la capacidad de adecuar el proceso logístico a las cambiantes condiciones de trabajo, se debe considerar que la organización debe ser consistente con el avance logístico, funciones y tareas para poder adaptarse y los cambios. El desarrollo logístico también debe adecuarse a esta situación (Salas & Zhindon, 2015, p. 17).
6. Orden: Todas las regiones deben mantener un progreso práctico y armonioso. El uso de este principio ahorrará tiempo, energía, actuará de forma rápida y eficiente utilizando medios logísticos (Salas & Zhindon, 2015, p. 17).
7. Seguridad: El principio de seguridad es fundamental en las rutas de abastecimiento, medios de transporte, comunicaciones e instalaciones logísticas frágiles, las medidas de seguridad no siempre son suficientes, es necesario tomar otras medidas para proteger los medios de transporte. La seguridad del flujo de materiales y la instalación fija-temporal (Salas & Zhindon, 2015, p. 18).
8. Coordinación: Este principio implica vincular los esfuerzos de diferentes personas que trabajan para lograr el mismo objetivo de diferentes maneras (Salas & Zhindon, 2015, p. 18).
9. Prioridad: Cuando la demanda excede la disponibilidad, es hacer lo principal antes lo secundario (Salas & Zhindon, 2015, p. 18).
10. Continuidad: Este principio se basa en determinar una serie de acciones, asegurando la secuencia lógica del ciclo de trabajo, distinguiendo tareas continuas, simultáneas y críticas (Salas & Zhindon, 2015, p. 18).

Elementos clave en la logística de la empresa, se debe prestar especial atención a los procesos logísticos de la empresa y buscar la manera de optimizar el proceso para aumentar la eficiencia, por lo que es importante considerar los siguientes elementos clave:

1. Brindar los productos adecuados: Es importante brindar los productos adecuados al mercado, se debe obtener materias primas con características ideales para la producción o el servicio (Salas & Zhindon, 2015, p. 18).

2. La cantidad correcta: Mantener la cantidad correcta de inventario puede asegurar un mejor uso de los recursos, minimizar la pérdida y/o deterioro de insumos, materias primas y productos (Salas & Zhindon, 2015, p. 18).
3. Las condiciones correctas: se refiere a las cuestiones a las que se debe prestar atención durante el transporte-almacenamiento, especialmente en el caso de productos frágiles. También conviene asegurarse de que el producto tenga un embalaje adecuado para mantenerlo en sus mejores condiciones hasta que finalmente llegue a su destino. En cuanto al espacio de almacenamiento físico, estos espacios de almacenamiento deben ser suficientes para proteger el producto y asegurar sus características (Salas & Zhindon, 2015, p. 19).
4. La posición correcta: esto puede maximizar la eficiencia (Salas & Zhindon, 2015, p. 19).
5. El momento adecuado: la puntualidad es la clave del éxito, porque el tiempo es un recurso no renovable (Salas & Zhindon, 2015, p. 19).
6. Para el cliente adecuado: el cliente "ideal" es el objetivo al que desea apuntar, de modo que el producto se pueda entregar al cliente adecuado en el momento y lugar adecuados (Salas & Zhindon, 2015, p. 19).
7. El costo correcto: Es importante elegir la solución con la mayor ventaja de costos, evitando sacrificar la calidad del producto, la rentabilidad es el factor decisivo (Salas & Zhindon, 2015, p. 19).

2.2.22. Diseño de proceso logístico

El canal de distribución consiste en la trayectoria que deben seguir los bienes y/o servicios desde su lugar de origen-producción, hasta su consumo. Además, están integrados por personas y/o entidades habilitadas para realizar las tareas correspondientes a lo largo de esa trayectoria (Miquel, 2021).

El diseño del proceso logístico se refiere a los canales o circuitos de distribución a través de los cuales los fabricantes brindan productos o servicios a los consumidores para que estos puedan obtenerlos; el aislamiento geográfico entre compradores y vendedores permite pasar

de un lugar de producción a otro. Esta distribución (transporte y/o comercialización) de bienes y/o servicios por ubicación se hace necesaria (Parra et al., 2018).

El inicio de la distribución ocurre en la empresa-entidad productora que recolecta y distribuye los bienes a los consumidores finales o personas necesitadas; un grupo de personas u organizaciones entre productores y usuarios finales suelen denominarse intermediarios; por lo tanto, el canal de distribución es promovido por una serie de la empresa y /o composición del personal en la que circula el producto-servicio hasta llegar al usuario, estos canales suelen ser organismos independientes del fabricante, que pueden ser directos o indirectos(Parra et al., 2018).

2.2.22.1 Canales directos:

Los canales directos suelen ser cadenas de comercialización cortas, que benefician a los consumidores, principalmente porque no hay intermediarios y los costos tienden a bajar; la ventaja para los productores o emprendedores es que los productos llegan a los consumidores o usuarios finales, a bajos costes, en consecuencia, mayor satisfacción del cliente con respecto a los bienes o servicios proporcionados (Parra et al., 2018).

2.2.22.2. Canales indirectos:

Los canales indirectos o canales largos se refieren a los canales a través de los cuales uno o más intermediarios toman acciones para que los productos o servicios lleguen a los consumidores o usuarios finales (Parra et al., 2018).

El tamaño del canal dependerá directamente de la cantidad de intermediarios existentes, divididos en corto o largo plazo. Generalmente, los productos de consumo son productos que utilizan largos canales de distribución para los usuarios finales, esto representa un mayor costo del producto (Parra et al., 2018).

2.2.22.3. Elección de canales de distribución:

Cada empresa buscará la elección de canales, no solo para satisfacer las necesidades de los clientes, sino también para darles una ventaja competitiva en el mercado (Parra et al., 2018). La decisión correcta sobre su elección puede traer algunos beneficios adicionales para el producto y los consumidores; de Place, que se refiere a la situación en la que el producto puede obtenerse fácilmente para satisfacer necesidades básicas o de propiedad, y se requiere más esfuerzo para obtenerlos de forma específica; y el tiempo que tarda el producto en llegar al consumidor en el momento adecuado generando así una mayor satisfacción en la obtención del producto. Para tomar esta decisión, se deben considerar varios factores, los cuales son importantes para la organización que tenemos:

Mercado: Individuos o grupos de personas cuyas necesidades aún no se han satisfecho (Parra et al., 2018).

Cobertura: este factor tiene en cuenta el tamaño y el valor del mercado potencial que se atenderá (Parra et al., 2018).

Producto: Bienes o servicios con características de mercado o tangibles (Parra et al., 2018).

Intermediarios: Son el vínculo entre el productor y el usuario final, aportando servicios o bienes y facilitando su acceso (Parra et al., 2018).

Desempeñan principalmente sus funciones como agentes de compras o expertos en ventas, su clasificación dependerá de los tipos de productos y usuarios. Además de la determinación de los agentes mayoristas y minoristas, en dependencia con los usuarios finales (Parra et al., 2018).

Empresa: Es una organización de personas cuyas actividades son la producción y venta de servicios y / o productos (Parra et al., 2018).

Mercado: Individuos o grupos de personas cuyas necesidades aún no se han satisfecho.

Cobertura: Este factor tiene en cuenta la escala, en la actualidad un factor clave es la calidad del servicio al cliente, que supera los atributos del producto en sí (Parra et al., 2018).

"Tres factores explican la importancia cada vez menor de las diferencias basadas en productos:

1. La competencia global está aumentando y es difícil controlar cualquier mercado.
2. El rápido progreso tecnológico ha acortado el ciclo de vida del producto.
3. "No importa dónde se produzca el producto o quién lo haga, puede ser imitado, copiado, igualado o superado rápidamente (Steven, 2005)".

Siempre es importante destacar o diferenciarse de la competencia. Por ello, la empresa trata de diferenciarse a través de los servicios que brinda a los clientes, y esta distinción se extiende al canal de distribución a través de la experiencia y las relaciones (alto desempeño) que brinda el canal. En otras palabras, tiene que ver con proporcionar a los clientes beneficios sustanciales y medibles que están dispuestos a pagar.

2.2.23. Plan de logística

Un plan de logística empresarial puede ser una herramienta que se utilizará para determinar su cadena de suministro, también porque las medidas que se adopten para ampliar la productividad y la rentabilidad. Su objetivo es buscar una técnica para realizar los objetivos establecidos dentro de la organización para asegurarse de que los objetivos dentro del proceso de suministro de entregar los productos a los compradores. En consonancia con el plan de logística, cada empresa determinará su cadena de suministro y por lo tanto las acciones que va a la fantasía lograr la productividad, la rentabilidad y la satisfacción del cliente. Por esta razón, es necesario realizar inspecciones periódicas dentro del proceso para determinar las acciones: tomar medidas preventivas y correctivas en el tiempo requerido para satisfacer los requisitos del cliente.

La herramienta también puede definirse como una técnica cuyo objetivo es investigar las actividades que ocurren dentro del proceso de producción de la empresa, es decir, desde el suministro de la grapa, la conversión del producto y el almacenamiento. Igualmente, hasta la entrega de los productos al cliente y la obtención de un resultado mucho mejor, hasta la prestación del servicio postventa (Fernández, Melisa, 2016, p.17).

Al diseñar un plan de logística, cada empresa determinará su cadena de suministro y por lo tanto las acciones que realizará para mejorar la productividad, la rentabilidad y la satisfacción de sus segmentos de mercado, pudiendo tomar en consideración todas las áreas del corporativo y trabajar en conjunto para concretar el objetivo del negocio. Lo más importante no es sólo suministrar bienes a un costo competitivo, sino que, a través de la logística, se puede proveer a los clientes de los productos o servicios que tienen durante un tiempo oportuno. Para el presente fin (García S., 2018, p12), la logística posterior ayuda a mejorar el proceso de comunicación entre todas las áreas del corporativo para asegurar la optimización oportuna de la coordinación de la entrega de nuestro producto, lo que nos permite ampliar nuestra participación y mantener el atractivo de 19 clientes. Al mismo tiempo, abre oportunidades para atraer a nuevos clientes.

Como cita el autor, la logística mejora el proceso de comunicación de la empresa, lo que es importante para el trabajo general y la obtención de grandes beneficios empresariales. Para realizar un plan de logística, se deben tomar decisiones estratégicas y operativas, es decir, una estrategia a largo plazo que apoye la creencia de toda la organización y sus objetivos, y por lo tanto el funcionamiento de los procesos clave de la organización a medio plazo. Dentro del proceso de planificación debe haber información precisa y específica para que el departamento de logística sea capaz de realizar todos los objetivos recomendados, y es

necesario requerir bajo consideración los imprevistos que a veces ocurren dentro de la empresa:

Los siguientes factores de observación deben ser considerados dentro del proceso de planificación:

- Establecer objetivos específicos
- Analizar los procedimientos administrados en la logística
- Identificar los problemas que ponen en peligro la eficiencia logística
- Establecer parámetros o políticas
- Explicar las tareas a realizar.

La importancia de la logística. En consonancia con Durán (2018, pág. 2-3), la logística es "planificar, organizar, dirigir y controlar todas las actividades u operaciones funcionales dentro de la cadena de suministro para realizar la satisfacción del cliente y asegurar la mejor gestión".

Se suele destacar que la logística es importante según Iglesias, (2017).para obtener beneficios dentro de la empresa, se debe potenciar su papel dentro de la empresa a través de una serie de acciones, como la implementación de herramientas informáticas que ayuden a registrar los procesos de montaje, almacenes y transporte del corporativo, y el control. Realizando un inventario al día, realizando órdenes de trabajo coherentes con los deseos de cada cliente, disponiendo de diferentes soluciones de almacenamiento, y mejorando la formación del personal dentro del ámbito de la logística y la distribución

Entre las actividades que tenemos (Buendía, 2016, p. 122):

- Aumentar la frecuencia de distribución.
- Mejorar la eficiencia antes de la fecha límite.
- Eficiencia en la recolección y distribución de información.
- Mejorar la cadena de suministro.

- Cuando se realizan todos estos aspectos se pueden obtener beneficios, tales como:
- Coordinación óptima con buenos precios y calidad.
- Optimizar los procesos logísticos.
- Mejorar la rentabilidad y competitividad de la empresa.

La logística es según Lozano, (2016, p. 23).la herramienta básica para que las empresas se beneficien y compitan en el mercado internacional. Para lograr una excelente logística en una organización, se deben considerar algunos aspectos importantes, como la tecnología, la planificación, la gestión de la demanda, evitar acumulación de materiales, cuidar el inventario, almacenar productos en otros departamentos y otros departamentos de almacenamiento, así como control de carga, distribución y atención al cliente

2.2.24. Procedimientos logísticos

Los procedimientos logísticos engloban varias actividades que, en conjunto y desarrolladas de forma eficiente, deben terminar en un producto o servicio óptimo, entregado al cliente.

Dentro de las funciones logísticas, tenemos:

- Planificación
- Ejecución
- Control eficiente de los flujos
- Distribución de información precisa y veraz.

Existen 7 elementos principales para lograr la eficiencia logística llamadas las 7 C de la logística, que son:

- Brindar a los consumidores productos o servicios de alta calidad obteniendo los mejores materiales y proporcionando los productos de la manera correcta
- Debe proporcionar la cantidad necesaria de productos y mantener un inventario suficiente para minimizar la pérdida de productos, materiales, etc.

- El producto terminado y las materias primas deben estar en las condiciones adecuadas, y cuando el producto sea frágil se debe marcar para evitar que se dañe y no llegue bien al cliente.
- Las materias primas y productos finales deben colocarse en la ubicación correcta para evitar pérdidas de tiempo en la búsqueda de materias primas, lo que puede reducir el tiempo que es importante para el área de producción de la empresa.
- El momento adecuado, si se adopta un método oportuno, es mucho mejor, para que el producto llegue donde debe estar en el momento necesario.
- Para el cliente adecuado, es decir, cada producto debe operarse en el momento y lugar adecuados de acuerdo con sus requisitos y de acuerdo con las especificaciones dadas.
- El costo correcto, lo que significa que debe elegir una solución que tenga una mayor ventaja de costos sin sacrificar la calidad del producto y las mejores condiciones (Díaz J., 2015, p. 56).

2.2.25. Importación De Dos Contenedores De Platos Sopera

Una vez ya hecho el embarque de los dos contenedores desde el lugar de origen (China) esperamos 30 días más o menos para que nos llegue el:

Aviso De Llegada -21051

HBL: SZLSEC21045254

Señores:

BAN´STORE

Por medio de la presente notificamos el arribo de su carga con la respectiva información:

Tabla 2 Notificación de arribo de la carga

Shipper:	FRANCAR
Consignee:	BAN´STORE
Contenedores:	HLBU9287004/ TCLU1092910
Manifiesto:	CEC2021ONEU0099-9038-0001
Puerto de embarque:	QINGDAU, CHINA
Puerto de descarga:	GUAYAQUIL, ECUADOR
Buque/ Nave:	SEASPAN BEYOND 2115E
Terminal:	INARPI
ETA:	24/05/2021 APROX

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Consideraciones Generales:

- La fecha de llegada de sus cargas es estimada de acuerdo a itinerarios y está sujeta a cambios sin previo aviso.
- La factura será emitida a nombre del consignatario que figure en el conocimiento de embarque.
- En caso de requerir una instrucción diferente, por favor confirmar los datos de la factura hasta 12 horas después de recibida esta notificación.
- El costo por reimpresión de nueva factura es de USD 15,00 + IVA.
- Cheque certificado a nombre de la Naviera
- Para realizar el trámite de Visto Bueno y/o Carta de Salida se debe presentar en ventanilla.
- Horario de atención en ventanilla de 09H00-17H00 (*Ver Anexos*)

2.2.26. Actividades específicas de la logística empresarial

Servicio al cliente: satisfacer los deseos o requisitos logísticos del cliente, es decir, hacer pedidos coherentes con las expectativas de cada cliente, procesar, distribuir y entregar los pedidos con excelente calidad dentro de la fecha y el tiempo establecidos de acuerdo con las condiciones y requisitos del cliente.

Transporte: se refiere a la utilización de un medio de transporte para trasladar las mercancías de un lugar a otro, la táctica de transporte debe garantizar las condiciones y la calidad, y debe cumplir con el tiempo de entrega requerido por el cliente. Para llevar a cabo estas actividades, el éxito de la empresa también debe depender de la creencia de ciertos parámetros que tiene que ser considerado al realizar las tareas de logística dentro de la organización, y por lo tanto los parámetros deben estar de acuerdo con los objetivos de la organización.

A continuación, se van a describir detalladamente algunos pasos para esta actividad; se debe buscar la protección física de la mercancía para que pueda soportar los golpes sufridos durante el transporte dentro y fuera de la empresa. En el caso de los vehículos utilizados para el transporte de los productos, se deben utilizar sus características para que se adapten a las especificaciones técnicas para el transporte y el desplazamiento de los productos. Además, para satisfacer las garantías ofrecidas a los clientes para suministrar un servicio de calidad al cliente, sería mejor que la estrategia se basara en el modelo de servicio.

2.2.27. Diagrama de flujo del proceso

Un diagrama de flujo es una representación gráfica de flujo o secuencia de una rutina simple. Su ventaja es que puede indicar la secuencia de procesos relacionados, las unidades involucradas y el responsable de ejecutar el proceso, es decir, es una representación simbólica o gráfica de los procedimientos administrativos (Manene, 2013, p. 2). Es una herramienta de

visualización que se utiliza para describir cada paso a seguir para lograr un objetivo. Se define como una representación gráfica de todo el proceso que realiza la empresa, de manera que se pueda tener una comprensión más profunda del desarrollo de cada proceso dentro y fuera de la empresa.

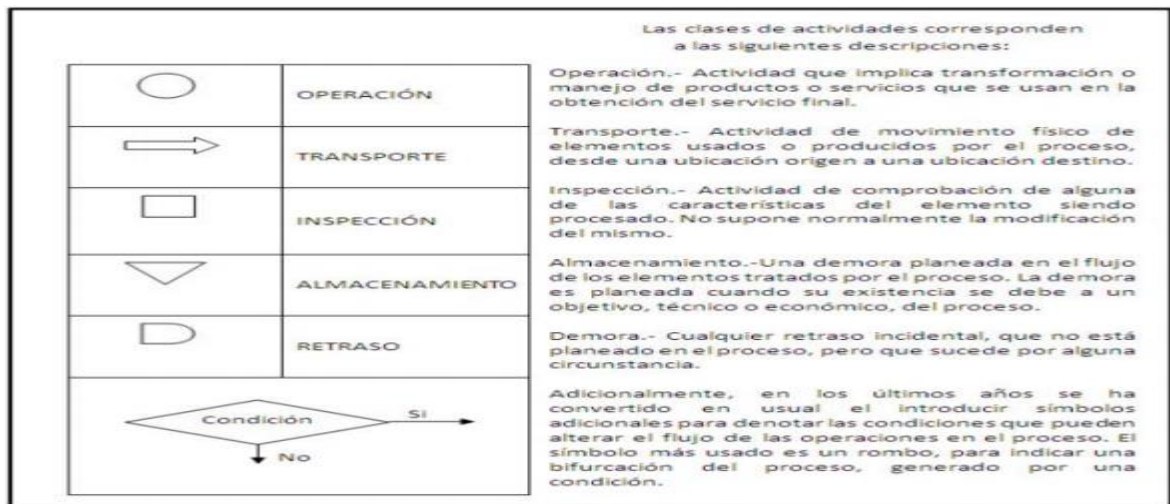


Ilustración 1: Guía de Diagrama de Procesos

Fuente: Rivadeneira & Soto (2019).

El diagrama de flujo de procesos se emplea para visualizar todas las actividades implicadas dentro del proceso, permitiendo visualizar la relación secuencial entre cada actividad, de forma que se señala el funcionamiento de cada proceso y su relación con otros procesos, la cantidad de pasos, las operaciones entre departamentos y, por tanto, el ciclo repetitivo.

También ayuda a recoger indicadores para darse cuenta del nivel de los procesos internos de la empresa. Los diagramas de flujo de procesos facilitan la obtención de información relevante y transparente sobre cada proceso, ya que al dibujar lo observado se suelen entender los aspectos más importantes de cada proceso y su relación.

Cada operación debe clasificarse en función de su proceso, lo que puede determinar los límites de cada operación. En algunos casos, al no estar identificados los proveedores o

clientes que intervienen en el proceso, estos límites no están muy claros. Los diagramas de flujo de los procesos facilitan la visualización de cada cliente y la identificación de las necesidades y requisitos para regular el método a la satisfacción y expectativas del cliente. El diagrama de flujo del método permite realizar ideas de análisis al estudiar el proceso operativo, para generar alternativas más sencillas a la hora de ejecutar el método. El diagrama de flujo del método determina el valor añadido de cada actividad y de los subprocessos interrelacionados, y constituye el mecanismo de control y medición de cada proceso, también porque la finalidad de cada operación a realizar.

Es un sistema que permite la aplicación de acciones que ayudan a mejorar el tiempo y el precio de cada actividad, aumentando así la eficiencia. La implementación del diagrama de flujo permitirá elaborar las tareas a desarrollar observando los aspectos esenciales de cada proceso, teniendo así la capacidad de elaborar sus limitaciones, todo lo cual sugiere que cada uno de los procesos dentro del diagrama se resuman para la comprensión del mercado (Baquerizo y Zulay, 2016, p. 22).

2.2.28. Manual de procesos

Un manual de procesos puede ser un manual de procesos que permite describir las actividades que se tienen que realizar para llevar a cabo las funciones que debe realizar la empresa. A través de este documento, la organización va a estar preparada para operar correctamente, ya que se han formulado directrices, políticas, reglamentos, sanciones y Sanciones. Otros detalles que cada colaborador debe tener en cuenta para desarrollar eficazmente el método (Camposano Tapia y Serrano Campoverde, 2016, p. 34).

Hay que tener en cuenta que los manuales son esenciales porque son herramientas para mejorar la eficiencia de las actividades diarias en el trabajo, por lo que se suelen minimizar los errores y se suelen obtener resultados positivos. Para terminar correctamente este

documento, se debe redactar durante una forma sencilla, clara y lógica, y también incluirá la misión, visión y objetivos. Una de las mayores ventajas de los manuales de procesos es que aclararán cualquier confusión que surja y evitarán una aplicación incorrecta, mejorando así el rendimiento de las actividades. Se recomienda que cada departamento cuente con un manual de procesos que los responsables de estas áreas se encarguen de aprobar. El personal de los manuales mencionados puede dar su propio reconocimiento por tener experiencia y posición.

Cabe mencionar que, para la elaboración de un manual, se debe recopilar todo el conocimiento sobre las funciones o actividades que realiza la empresa. Los manuales de procesos deben ser revisados cada cierto tiempo para formar modificaciones y mejoras en cada uno de los procesos, y se debe informar a todo el personal de los cambios que se realicen y por lo tanto de las acciones a tomar.

2.3 Marco Conceptual

Almacenamiento:

Unidad de servicio, soporte dentro de la estructura organizativa, funcional de una corporación con fines bien definidos de custodia, control, suministro de productos y materiales (Eslava, 2018).

El área de carga tiene que contar con instalaciones adecuadas y coherentes con la resistencia, tamaño, configuración, origen y destino de los productos a almacenar. El almacenamiento consiste en la situación de los productos recibidos dentro del lugar que les corresponde, en consonancia con su módulo de almacenamiento, ya que es conveniente poseer, mediante la señalización de pasillos, un código de ubicación.

Aprovisionamiento:

Este es el acto de obtener bienes o servicios. Al comparar aspectos como calidad, cantidad, plazo y ubicación, se utiliza el proceso para asegurar que el comprador reciba el producto al mejor precio posible. El término también define el proceso de promover una competencia justa y abierta mientras se minimizan riesgos como el fraude (colusión).

Cadena logística:

También se define como la cadena de suministro, que controla todo el flujo de trabajo de la gestión de productos dentro de la organización, desde el almacenamiento y distribución del producto hasta el destino final de proveedores y clientes (Eslava, 2018).

Demanda:

El término en el ámbito económico se define como la suma de bienes y/o servicios que las personas compran en un momento determinado (Eslava, 2018).

Logística:

Se refiere a una serie de operaciones que se realizan con el fin de elaborar un producto desde la producción hasta el consumo final (Eslava, 2018).

Tiempo de entrega:

El término se describe como el tiempo desde el inicio hasta la finalización del proceso de producción, incluido el tiempo necesario para entregar el producto al cliente. Además, el término está relacionado con trabajos en curso y otros indicadores como tiempo de entrega e inventario (Eslava, 2018).

Producción:

Este término define cualquier actividad (descripción detallada de bienes y/o servicios) dirigida a la fabricación. Se caracteriza por un proceso complejo que requiere de diferentes

factores, los cuales se pueden dividir en tres grandes grupos económicos (tierra, trabajo y capital) (Eslava, 2018).

Stock:

Se refiere a la cantidad de productos, materias primas, herramientas o cualquier insumo necesario en el giro de negocio; que son necesarios tener almacenados para compensar la diferencia entre el flujo del consumo y la producción. Además constituye una inversión que permite asegurar en condiciones óptimas, la continuidad de las ventas de la empresa (Eslava, 2018).

2.4 Marco legal

Según el Código De Comercio, (2019), estado (Vigente), de la república del Ecuador, se detalla las siguientes normas correspondientes al concepto de la empresa, lineamiento que cumple Ban Store.

Capítulo Segundo - La Empresa

Art. 14.- Una empresa es una unidad económica que organiza a las personas, elementos materiales y no materiales para llevar a cabo actividades comerciales específicas. El comercio comercial es una parte integral de una empresa, que incluye una serie de bienes organizados por comerciantes o comerciantes en una ubicación específica para lograr el propósito de la empresa. Varias organizaciones empresariales pueden formar parte de la misma empresa y una sola organización empresarial puede formar parte de varias empresas y utilizarse para llevar a cabo diversas actividades comerciales.

Artículo 15.- Debe entenderse que el siguiente contenido es parte integrante de la empresa: a) El nombre o denominación conocida por el público o el nombre de los productos y servicios prestados;

b) Los bienes materiales e intangibles con valor económico, tales como logotipos únicos, marcas, eslóganes comerciales u otros, y los elementos constitutivos de la imagen de la empresa, sean diferentes o diferentes;

c) Bienes que le permitan realizar actividades comerciales;

d) Actividades en progreso

E) la cartera de inversiones del cliente;

f) los derechos y obligaciones derivados de las actividades desarrolladas, siempre que estos derechos y obligaciones no provengan de un contrato específicamente considerado para el propietario de la empresa y no tenga nada que ver con él;

g) el empleador realiza actividades comerciales La relación legal y de facto establecida, los productos y servicios que brinda; y,

h) Locales comerciales.

Artículo 16: Entre las instituciones comerciales que forman parte integrante de la empresa se encuentran:

a) Los inmuebles o instalaciones en que el empresario desarrolla sus actividades comerciales, así como los contratos o derechos sobre los que se obtienen sus intereses.

b) Inventario existente en establecimientos comerciales;

c) Mobiliario, contratos o derechos en posesión del inmueble antes mencionado.

Artículo 17. - Las organizaciones comerciales pueden ser objeto de arrendamientos, derechos de uso, contratos anti-ejecución hipotecaria y cualquier actividad comercial que transfiera, restrinja o modifique sus derechos de propiedad operativos.

Artículo 18.- Una empresa es una entidad que es fácil de realizar una valoración económica, y su finalidad es la transferencia entre la vida y la muerte a través de la conducta. Los comportamientos transferidos entre vidas se registrarán por este Código; a menos que la ley

disponga lo contrario, el método de evaluación será el método de evaluación acordado por las partes relevantes.

Artículo 19.- Todo activo material e intangible perteneciente a la propiedad de un empresario o empresa puede ser enajenado y valorado de forma independiente.

Artículo 20.- De igual forma, cuando un empresario o emprendedor se dedique a diversas actividades comerciales, la empresa podrá dividirse, pudiendo disponerse de forma independiente cada campo, ámbito de negocio o departamento.

Artículo 21.- Una empresa tiene la capacidad de identificarse a sí misma en función de su relación con otras empresas (como una empresa matriz o una subsidiaria). La empresa matriz o matriz es una empresa que ejerce control económico, financiero y administrativo sobre otra empresa, y la empresa tendrá la calidad de una filial.

CAPITULO III

METODOLÓGICO

3.1 Marco Metodológico

Los métodos de investigación incluyen aspectos relacionados con el proceso utilizado para recolectar, procesar y analizar información relacionada con el objeto de investigación. El diseño del método es una relación clara y concisa en cada etapa de la investigación, describiendo el avance del trabajo de investigación y las operaciones a realizar. Métodos, técnicas y herramientas, además, de los pasos a seguir para generar la información necesaria para el proyecto (Festinger y Katz, Types of Research, 2011, p. 86).

La Metodología es una estrategia que permite comprender los lineamientos de esta investigación científica, las técnicas y herramientas utilizadas para realizar esta investigación, lo que se considera un proyecto factible orientado a la solución de problemas prácticos que se presentan en la empresa Ban Store. Especialmente en el ámbito de la logística, se pretende formular propuestas junto a este ámbito para aportar soluciones alternativas a esta problemática.

Para ello, se consideraron las opiniones de las personas directamente involucradas en el tema, como el presidente de la empresa, gerentes y supervisores logísticos, empleados y algunos clientes que son leales a la empresa a través de entrevistas de campo. Además de la recopilación de información relevante para obtener datos sobre el proceso logístico y sus deficiencias para su posterior análisis y conclusiones oportunas que minimicen los problemas que afectan a la parte financiera y económica de la empresa Ban Store.

El método de investigación consiste en recolectar datos a priori y determinar formalmente las bases de los métodos inductivos y deductivos, primero obtener una comprensión clara de lo que está sucediendo en el campo logístico a través de la observación

y luego plantear puntos de vista. Los proveedores de información clave directamente relacionados con el proceso logístico de la empresa pueden establecer contacto con la realidad para comprender plenamente la realidad y brindar soluciones viables a los problemas, además de la recolección, procesamiento y análisis de datos. Recopilado de encuestas y entrevistas con personal relevante.

3.2 Tipo de Investigación

Para el desarrollo metodológico de la presente investigación “Diseño de un Plan de Acción para la mejora de la Cadena Logística de la empresa Ban Store” se utilizarán un diseño investigativo experimental, se aplicarán los 3 tipos de investigación, “Exploratoria”, “Descriptiva” y “Explicativa”, la primera se aplica para mención de los términos logísticos, el segundo para definición de estos conceptos y la última para desarrollo de esta tesina.

3.3 Enfoque de la investigación

En este estudio se aplica un enfoque mixto, porque se analiza la incidencia de la ausencia de parámetros de proceso logístico que afecta directamente a la cadena de suministro y a los ingresos de la organización generados por reclamos-devolución por temas de calidad (esta acción la realizan los clientes).

3.4 Técnicas de investigación

El instrumento a utilizar será el cuestionario, la herramienta es la entrevista dirigida a los colaboradores del área de producción y logística de la empresa para conocer la situación actual de la organización y esta será dirigida al jefe de logística.

3.5 Población y muestra

La población de estudio serán los clientes principales que tiene la empresa y quienes recibieron el servicio, además del Gerente General, Jefe financiero , Asistente de compras, importación y logística, Administradores de los locales y jefe de bodega, la muestra de esta

investigación es no probabilística, el autor escoge la muestra a su conveniencia, en este caso son 38 personas incluidos clientes principales y personal de la empresa que se involucran en el proceso de producción y cadena de suministros.

A los que se hará una encuesta respecto al plan actual de logística para optimizar futuras mejoras, y posteriormente analizar resultados. (Ver Anexos)

3.6 Análisis de resultados

Se aplicó una encuesta a 38 clientes y empleados de logística de la empresa y sus resultados fueron:

1.- ¿Cómo calificaría el nivel de eficiencia en cuanto a la logística que desarrolla la empresa?

Tabla 3 Matriz de pregunta uno

¿Cómo calificaría el nivel de eficiencia en cuanto a la logística que desarrolla la empresa?	Resultados
Muy Eficiente	17
Normalmente eficiente	7
Poco Eficiente	7
Nada Eficiente	7
Total	38

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

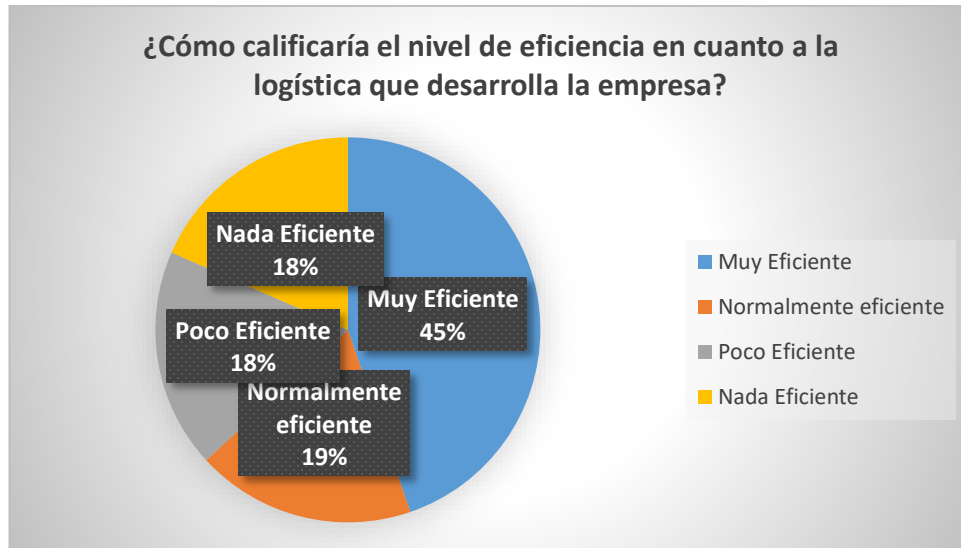


Ilustración 2 Encuesta a colaboradores y clientes de la empresa Ban Store

Fuente: Encuesta a clientes de la empresa Ban Store

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Como puede observarse en el gráfico, creen que el nivel de eficiencia es muy alto, ya que el 45% dijo que es muy eficiente, por lo que esta es una de las fortalezas de esta empresa, y uno de los pilares principales de su organización.

2. ¿La empresa posee transporte propio para efectuar el proceso de distribución?

Tabla 4 Matriz de pregunta dos

¿La empresa posee transporte propio para efectuar el proceso de distribución?	Resultados
Si	28
No	10
Total	38

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

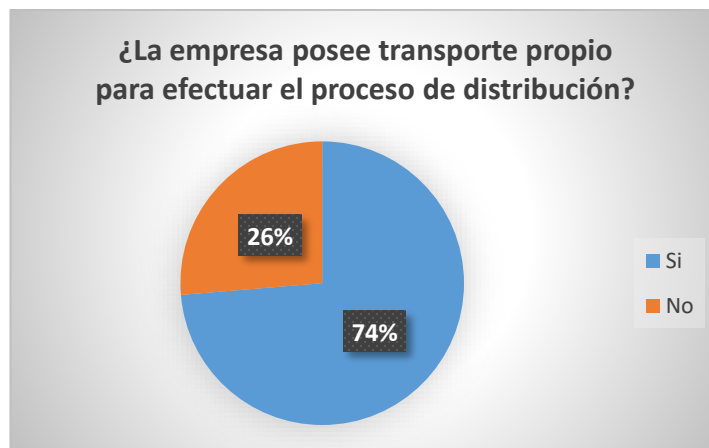


Ilustración 3 Encuesta a colaboradores y clientes de la empresa Ban Stor

Fuente: Encuesta a clientes de la empresa Ban Store

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Como puede verse, el 74% sabe que el proceso de distribución se realiza bajo el uso de transporte propio de la empresa, lo que indica que esta es una ventaja a la hora de mejorar su canal de logística y distribución.

3. ¿El contar con transporte propio o contratar servicio, qué nivel de impacto tiene en los costos de distribución de mercadería?

Tabla 5 Matriz de pregunta cuatro

¿El contar con transporte propio o contratar servicio, qué nivel de impacto tiene en los costos de distribución de mercadería?	Resultados
Impacto alto	20
Impacto medio	8
Impacto Bajo	10
Total	38

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

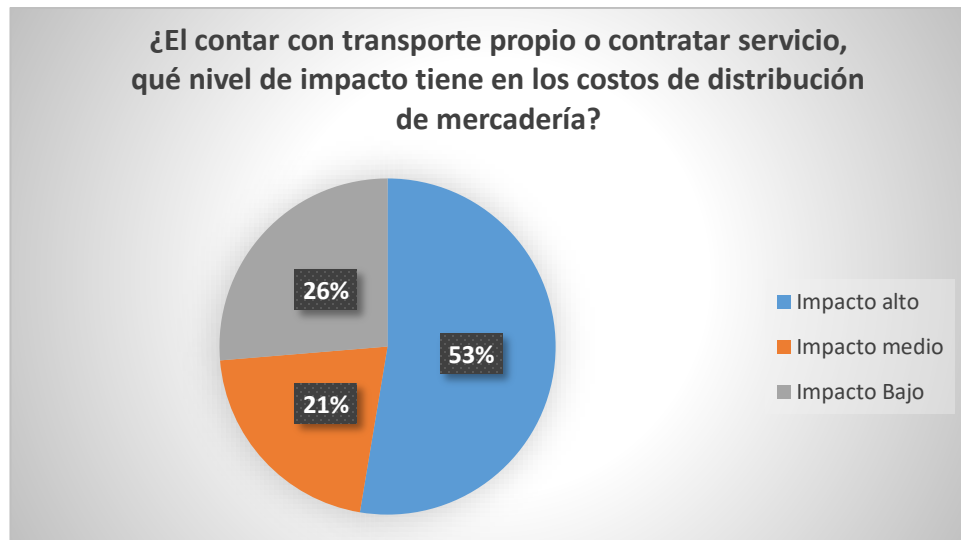


Ilustración 4 Encuesta a colaboradores y clientes de la empresa Ban Store

Fuente: Encuesta a clientes de la empresa Ban Store

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Según resultados de la encuesta tiene un alto impacto que la empresa cuente con transporte propio, esto mejorará las oportunidades de avanzar en su distribución sin la desventaja de usar otros medios ajenos a la empresa.

4. ¿Qué incidencia cree usted que tiene los costos en la cadena logística actualmente?

Tabla 6 Matriz de pregunta cuatro

¿Qué incidencia cree usted que tiene los costos en la cadena logística actualmente?	Resultados
15%	7
25%	10
50%	12
75%	6
100%	3
Total	38

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).



Ilustración 5 Encuesta a colaboradores y clientes de la empresa Ban Store

Fuente: Encuesta a clientes de la empresa Ban Store

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Como indica el gráfico los encuestados manifiestan que tiene una incidencia de al menos el 50% en costos de la cadena de logística, lo que indica que deben minorar los costos de la cadena de logística para obtener más ganancias relacionadas a su plan de logística.

5. ¿Qué dificultades cree usted que presentan en la cadena logística (Actividades Primarias) actualmente?

Tabla 7 Matriz de pregunta cinco

¿Qué dificultades se presentan en la cadena logística (Actividades Primarias) actualmente?	Resultados
Carencia de Inversión	5
Recursos Financieros limitados y escasos	9
Problemas en la gestión de aprovisionamientos	12
Carencia del espacio físico del almacén y bodega	7
Desconocimiento en tiempo real de las existencias o inventarios	2
Posibilidad de errores en la introducción de datos	3
Total	38

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020)

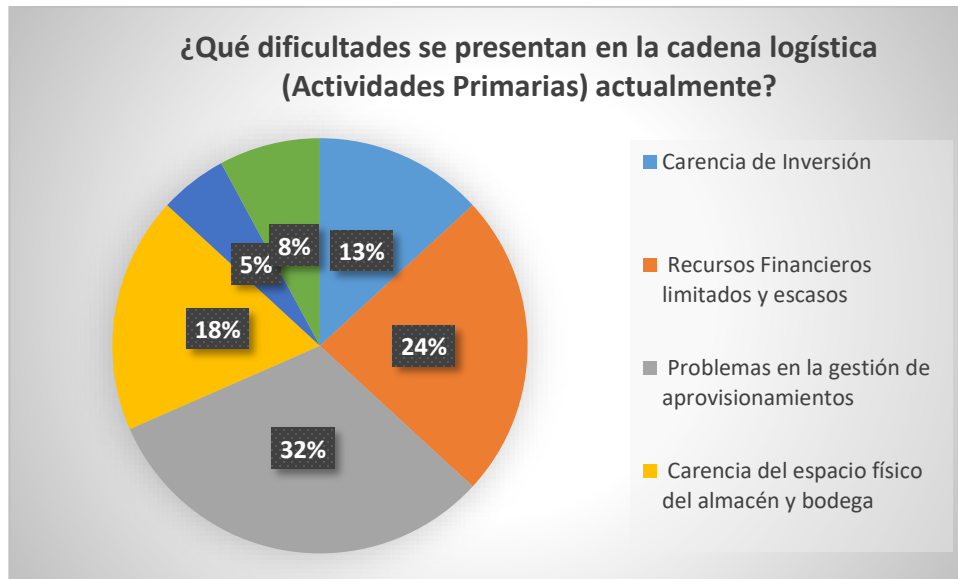


Ilustración 6 Encuesta a colaboradores y clientes de la empresa Ban Store
Fuente: Encuesta a clientes de la empresa Ban Store
Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Como puede observarse entre las dificultades que se presentan en la cadena de logística de la empresa Ban Store en primer lugar se encuentran los problemas en la gestión de aprovisionamiento de la organización, luego los recursos financieros limitados y escasos, por lo que es necesario aumentar el financiamiento y tercero se encuentra la carencia del espacio físico del almacén y bodega, lo que indica que deben ampliar sus espacios para mejorar el proceso de la cadena de logística.

6. ¿Qué aspectos considera usted que deben ser tomados en cuenta, para integrar un modelo de logística?

Tabla 8 Matriz de pregunta seis

<p>¿Qué aspectos considera usted que deben ser tomados en cuenta, para integrar un modelo de logística?</p>	<p>Resultados</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------

Transporte	7
Almacenaje	9
Ventas	9
Servicio	6
Operación.	7
Total	38

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

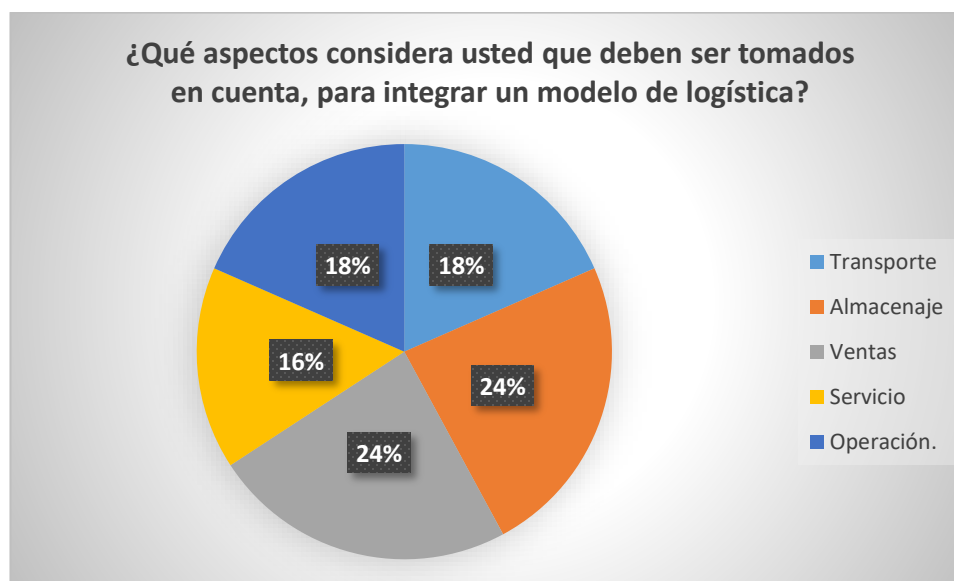


Ilustración 7 Encuesta a colaboradores y clientes de la empresa Ban Store

Fuente: Encuesta a clientes de la empresa Ban Store

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Como indica el gráfico, los aspectos que, según los colaboradores deben ser tomados más en cuenta son: las ventas, que asegura el futuro de la empresa, a la par del almacenaje de los productos que llegan para que se mantengan actualizados sus inventarios y en buen estado su mercadería, luego la operación y el transporte, lo que mejorará el proceso de logística de la empresa y luego se encuentra el servicio, lo que indica que el servicio para

los empleados de logística no es indispensable porque no se encuentran en un puesto de cara al público.

Además, se aplicó una encuesta dirigida a 20 clientes frecuentes de Ban Store y sus resultados fueron:

1. ¿Cuán satisfecho está usted con el tiempo de entrega de la empresa Ban Store?

Tabla 9 Matriz de pregunta 1 encuesta 2

1. ¿Cuán satisfecho está usted con el tiempo de entrega de la empresa Ban Store?	Resultados
Muy satisfecho	6
Satisfecho	8
Poco Satisfecho	3
Nada Satisfecho	3
Total	20

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).



Ilustración 8 Encuesta a clientes de la empresa Ban Store

Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de Ban Store

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Como lo indica la encuesta el 40% de la clientela se encuentra satisfecha, al ser mayoría indica que deben mejorarse los tiempos de entrega por parte de la cadena de logística para que alcance la excelencia con toda su clientela.

2. ¿Cómo recibió usted el paquete enviado por parte de la empresa Ban Store

Tabla 10 Matriz de pregunta 1 encuesta 2

2. ¿Cómo recibió usted el paquete enviado por parte de la empresa Ban Store?	Resultados
En perfecto estado	7
Con pocos defectos	5
Estaba mal envuelto el paquete	6
En pésimas condiciones	2
Total	20

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

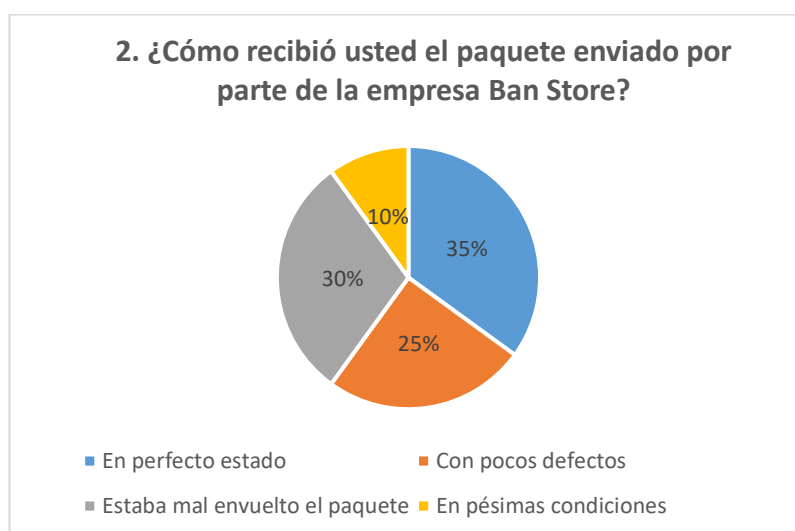


Ilustración 9 Encuesta a clientes de la empresa Ban Store

Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de Ban Store

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

La encuesta demuestra que a pesar del tiempo extra de demora en la entrega de los paquetes llegan en su mayoría en perfecto estado los paquetes pedidos, por otro lado, también

indica un igual número alto que llega mal envuelto, por lo que debe mejorar el proceso de embalaje de los productos, y cuidar todos los detalles para que llegue al cliente final en perfectas condiciones.

3. ¿Cómo considera usted que esta manejada la carga por parte de logística de la empresa Ban Store?

Tabla 11 Matriz de pregunta 3 encuesta 2

3. ¿Cómo considera usted que esta manejada la carga por parte de logística de la empresa Ban Store?	Resultados
Excelentemente manejada	8
Bien manejada	5
Un poco mal manejada	4
En pésimas condiciones	3
Total	20

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

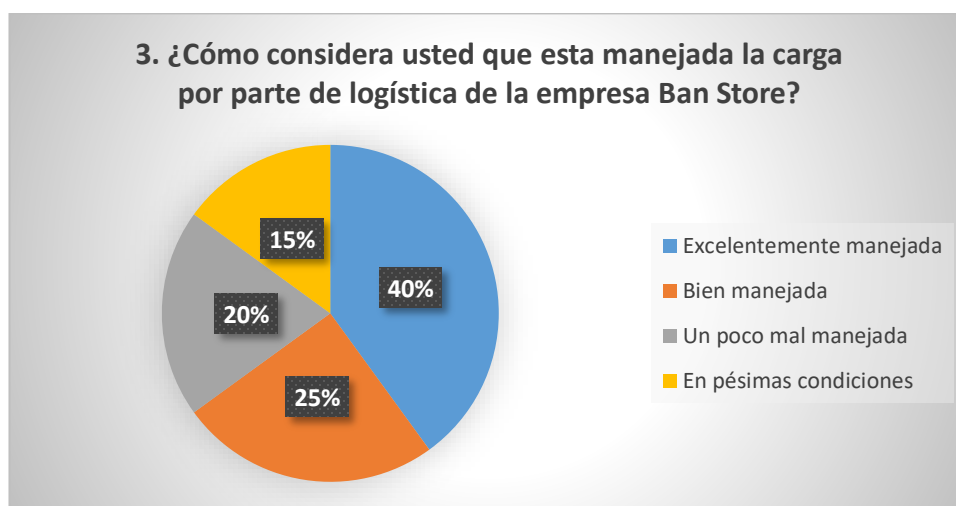


Ilustración 10 Encuesta a clientes de la empresa Ban Store

Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de Ban Store

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Como indican las encuestas, se encuentra excelentemente manejada la carga por parte del departamento de logística, lo que puede tomarse como un punto fuerte dentro del manual de procesos para aumentar su excelencia.

4. ¿Al momento de recibir su paquete, en qué condiciones se encontraba el embalaje?

Tabla 12 Matriz de pregunta 4 encuesta 2

4. ¿Al momento de recibir su paquete, en qué condiciones se encontraba el embalaje?	Resultados
Excelentes condiciones	9
Buenas condiciones	3
Malas condiciones	3
En pésimas condiciones	2
Total	17

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

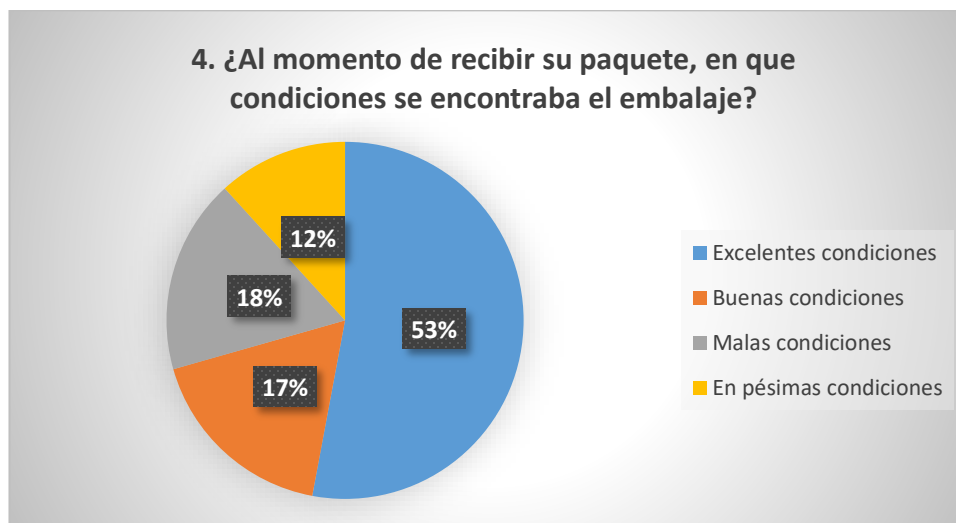


Ilustración 11 Encuesta a clientes de la empresa Ban Store

Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de Ban Store

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Es importante la forma en que llegan los paquetes al cliente final y el 53% siendo más de la mitad de los clientes encuestados manifiestan que el embalaje llega muy bien y por ende protege a la carga al momento del transporte.

5. ¿Nos recomendaría para que otras personas usen nuestro servicio de paquetería?

Tabla 13 Matriz de pregunta 5 encuesta 2

5. ¿Nos recomendaría para que otras personas usen nuestro servicio de paquetería?	Resultados
SI	13
NO	4
NO SE	3
Total	20

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

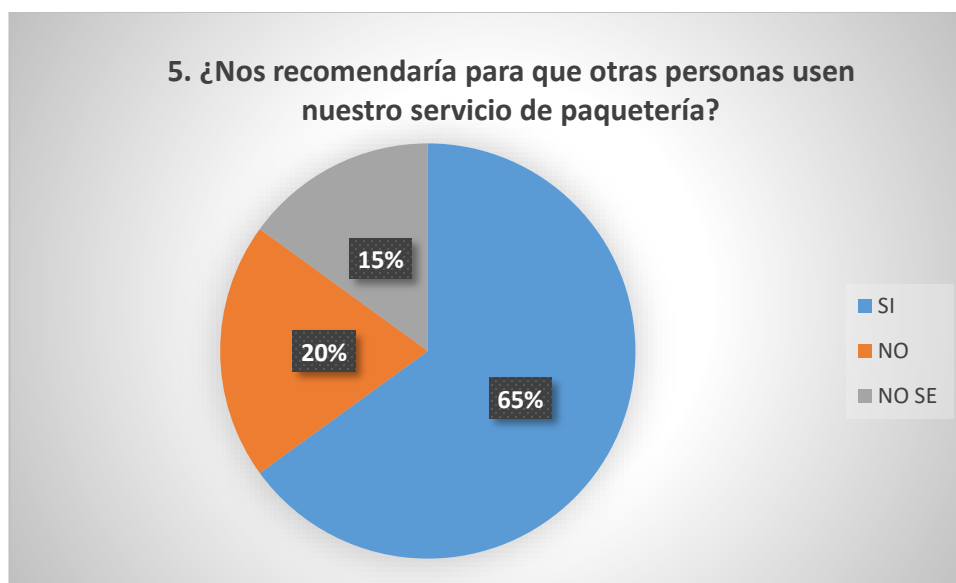


Ilustración 12 Encuesta a clientes de la empresa Ban Store

Fuente: Encuesta dirigida a los clientes de Ban Store

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Como indica la encuesta, nuestros clientes fijos, gracias al servicio recibido nos recomendarían dentro de su círculo cercano para realizar proceso de envío de productos o

paquetería, que puede tomarse como un gran síntoma del trabajo que se realiza, y la forma en que se podría mejorar y fidelizar aún más a los clientes.

Resultados de la entrevista realizada al Gerente Comercial de la empresa Ban Store.

Tabla 14 Resultado de la entrevista

Preguntas	Categoría	Respuestas
1.- ¿Cuáles son los productos más cotizados por los clientes?	Productos	Actualmente los productos más cotizados pese a la pandemia son el maquillaje y productos de bioseguridad (mascarillas quirúrgicas).
2.- ¿Cuántos y cuáles son los proveedores de los productos comercializados en la empresa más representativos?	Proveedores	Los proveedores más representativos a nivel nacional son de la empresa JOVE que nos entregan tintes para cabello, sin embargo, los proveedores más representativos son empresas de China, ya que la mayoría de la importación son de ese país.
3.- ¿Cuáles son las empresas de su competencia?	Competencia	Destacan como competencia las empresas D” Mujeres y Dipaso, a pesar de que existen muchas más.

<p>4.- ¿Cada cuánto tiempo realizan planificación estratégica para mejora de los procesos logísticos de la empresa Ban Store?</p>	<p>Gestión</p>	<p>Actualmente se está realizando los días martes jueves y viernes, para poder reforzar y minimizar procesos que consumen el tiempo.</p>
<p>5.- ¿Considera que es necesario mejorar los procesos logísticos de la empresa?</p>	<p>Gestión</p>	<p>Considero que sí, ya que a pesar de reuniones aún tenemos problemas.</p>
<p>6.- ¿Cuáles son los mayores desafíos y oportunidades que tiene la empresa Ban Store en el área de producción de la empresa en los últimos 5 años a nivel interno y externo?</p>	<p>Gestión</p>	<p>Cada año vamos avanzando debido que se instruye a la persona y crecemos con cada proyecto nuevo en el cronograma del año, vamos aprendiendo de nuestros errores y obteniendo conocimiento para mejora.</p>
<p>7.- ¿Qué métodos aplicados en las empresas son los más</p>	<p>Gestión</p>	<p>Yo creo que el mejor método es poder hacerle sentir a los administradores, vendedores,</p>

<p>efectivos para mejorar las importaciones y la productividad de los miembros de la empresa?</p>		<p>bodegueros, cajeros, es que gracias a ellos podemos lograr el objetivo como empresa y eso se logra con esfuerzo diario, unión y capacitaciones, siendo importante que los empleados pongan de su parte, cumpliendo la meta mensual y así obtienen su comisión o extra como se dice habitualmente.</p>
<p>8.- ¿Cuáles son las indicaciones más importantes que debería tener una planificación estratégica de la empresa?</p>	<p>Gestión</p>	<p>Proporcionar orientación para todo su equipo, aumenta la vida de su negocio, permite tomar mejores decisiones, establecer una estructura para coordinar y controlar las actividades y facilitar la asignación de tiempo y recursos.</p>
<p>9.- ¿Cuáles son las etapas del proceso logístico de comercialización de los productos ofertados en la empresa?</p>	<p>Proceso</p>	<p>Al llegar el contenedor se espera las muestras de cada producto, que llega a la oficina para poder revisar y poner precio, después de eso se pasa el listado de productos al jefe de bodega para que</p>

		distribuya la mercadería por igual para los locales.
10.- ¿Cómo está conformada la cadena logística de la empresa Ban Store?	Proceso	Hoy en día, ya contamos con una sola bodega súper amplia, ya no tenemos en diferentes sitios, se reciben los contenedores en una sola bodega, se codifica con su respectivo código, se ingresa al sistema y después ya recibimos pedidos y enviamos máximo a las 11 de la mañana a ser distribuido en los 5 locales que actualmente están en la Bahía de Guayaquil y por la tarde el camión se dedica a realizar las entregas a los transportes respectivos.
11.- ¿Existen cambios negativos o positivos en el estado de resultado de la empresa del último año analizado? y ¿en qué año se dio?	Contabilidad	Existieron cambios positivos porque con la construcción de un galpón para recibir contenedores y poder codificar ahí mismo la mercadería, nos facilita mucho al no tener desorganizado en

		diferentes sitios y esto ocurrió a inicios del año 2020.
12.- ¿Cuál es el rendimiento en términos de porcentaje de la empresa Ban Store en el último año?	Contabilidad	La pandemia COVID-19, no ha sido un impedimento y aunque pasamos encerrados. Pudimos lograr un 80 % del objetivo que habíamos planeado a inicios de año.
13.- ¿Cada cuánto tiempo realizan el estado contable de la empresa? y ¿Cuántos trabajadores realizan el proceso contable?	Contabilidad	Realizamos cada mes y somos 7 trabajadores.
14.- ¿Los procesos gubernamentales del Ecuador afectan con el rendimiento de la empresa?	Leyes y Normas	Hubo periodos de bajo rendimientos, cuando subieron el IVA y pusieron un número límite de importaciones y nuevos impuestos, todo eso perjudica, en el sentido de que se sube el precio al consumidor final y eso hace que

		el producto salga más caro de lo normal.
15.- ¿Cuáles son los 3 principios éticos más importantes de la Empresa Ban Store?	Leyes y Normas	Los 3 más fundamentales son: La eficiencia. Transparencia y honestidad. La dignidad, ya que con ello hay respetos a los demás pese a las diferencias.

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

3.7 Benchmarking Competitivo

Benchmarking es una comparación con empresas de la competencia con el fin de seleccionar o referir los mejores aspectos de cada empresa y aplicarlos a nuestro negocio, por ello, el autor (Espinoza, 2017, p.1) explica, “Un proceso continuo, se puede utilizar el producto, servicio o proceso de trabajo de la empresa líder como referencia para compararlo con el producto, servicio o proceso de trabajo de su propia empresa, y luego mejorarlo e implementarlo”. Es aprender de las empresas exitosas de la industria para poder implementar métodos similares y operar de mejor manera, para que la estrategia aplicada sea exitosa, lo que no solo puede mejorar la competitividad, sino también lograr un mayor alcance del mercado.

3.8 Los principales competidores de la empresa BAN STORE son:

D" Mujeres y Dipaso.

Logos de las empresas



Ilustración 13: Logo Ban Store

Fuente: Empresa Ban Store



Ilustración 14: Logo Mujeres

Fuente: Empresa D" Mujeres



Ilustración 15: Logo Dipaso

Fuente: Empresa Dipaso

Dipaso

“Fue inaugurada el 16 de noviembre de 1987, se ha esforzado para convertirse en el mayor importador y distribuidor de belleza, cosméticos, cuidado personal, capilares y bazares en Ecuador. (Estos llegan a 12,000 mil bazares y una cantidad mayor de 20,000 clientes)”.

“Esta empresa se encarga de comercializar productos femeninos (maquillaje) e impulsa el desarrollo de los emprendedores de la industria de la belleza, posee 24 puntos de venta propios ubicados en Guayaquil, Quito, Daule y Machala y más de 500

empleados, Grupo Dipaso continúa su expansión. Se caracteriza por brindar talleres gratuitos de capacitación anuales (a 2.000 personas, la mayoría mujeres que buscan iniciar sus emprendimientos en el sector de la belleza) dmujeres (2019)”.

D MUJERES

Fundada en 2001, la primera tienda nació en la ciudad de Guayaquil, para brindar el mejor servicio y consulta de profesionales de la belleza y consumidores que buscan nuevos productos y seguros de calidad dmujeres.ec, (2021).

Desde entonces, la expansión de la belleza de la belleza en el territorio nacional aumenta, teniendo presencia en las principales ciudades del país, que ofrece nuestra promesa de excelente servicio y la variedad más competitiva del mercado dmujeres.ec, (2021).

En mayo de 2020, comenzaron con la tienda virtual DMUJERES. Esto, que se ofrece a nivel nacional, consiste en una gran cartera de productos proporcionados por la comodidad de la casa, la peluquería o el comercio de clientes. Es una empresa que cree en Ecuador y consciente de los cambios en las condiciones del país, por lo que el desarrollo continuo de la innovación de la cadena de suministro dmujeres.ec, (2021).

Como resultado, realizan estudios de mercado, especialmente en el campo de la salud global, que siempre ofrecen productos que les dan a sus usuarios los beneficios que buscan con una participación menor con su salud y sus alrededores. Además, el mercado de belleza de DMUJERES siempre está dirigido a proporcionar condiciones iguales a todos los talentos humanos dmujeres.ec, (2021). Con una visión futurista, siempre apuesta el desarrollo del país. Buscando entrenar enlaces con los clientes, porque abre constantemente nuevos puntos y plataformas de ventas virtuales, favoreciendo la creación de nuevos empleos y la facilidad de descubrimiento en todos los rincones del país, los mejores productos de belleza y cuidado personal dmujeres.ec, (2021).

CAPÍTULO IV

LA PROPUESTA

4.1 Título de la propuesta

Manual para la mejora de la cadena logística de la empresa Ban Store.

4.2 Justificación de la propuesta

La presente justificación de esta tesina, se realizó luego de recopilar información relevante sobre el proceso logístico de la empresa Ban Store, y aquí se pueden identificar los principales defectos que pueden causar problemas relacionados con la cadena logística de la empresa. Implementar un manual de procesos logísticos que ayuden a mejorar estos procesos. Muchos empleados internos y externos de la empresa tienen poco conocimiento del correcto proceso logístico y de cómo gestionarlo. Esto provoca problema en los procesos y en consecuencia afecta la satisfacción del cliente. La planificación logística es una herramienta que las empresas deben mejorar sus procesos logísticos para asegurar la calidad de servicio a los clientes, trayendo así beneficios a la empresa, como el aumento de la productividad, rentabilidad y satisfacción de los segmentos de clientes.

Para lograr un efecto positivo es necesario considerar algunos aspectos básicos, como la importancia de hacer un plan logístico del proceso interno de la empresa, analizar el proceso desde la compra hasta la entrega, y considerar los siguientes factores como el tiempo de ejecución, el costo, el método físico, etc. Este manual será de ayuda para el personal que labora en la empresa porque generará contenidos de suma importancia y se difundirá información oportuna, veraz, tratando de socializar al personal con el fin de lograr la plena satisfacción de los clientes.

4.3 Objetivos de la propuesta

4.3.1. Objetivo General de la propuesta

- Elaborar un manual de procesos logísticos de la cadena logística de la empresa Ban Store que contribuya al mejoramiento continuo de estos procesos.

4.3.2. Objetivos específicos de la propuesta

- Identificar los procesos aplicables para llevar a cabo el diseño correcto del manual de la cadena logística de la empresa Ban Store.
- Desarrollar diagrama de flujo de procesos logísticos de la empresa y su respectiva descripción.
- Detallar las características de servicio no conforme en los procesos logísticos con la finalidad de mejorarlos.

4.4 Desarrollo de la propuesta

La presente propuesta se trata del diseño de un manual de acción de la cadena logística de la empresa Ban Store, con la finalidad de la mejora continua de los procesos.

4.4.1. Antecedentes de la empresa

“La empresa Ban Store, está ubicada en las siguientes direcciones, Cacique Álvarez 236 entre Ayacucho y Calixto Romero; y Coronel 117 y 119 y Franco Dávila. Es una empresa con más de 18 años en el mercado, dedicándose a comercializar y producir diferentes líneas como los cosméticos, plásticos, juguetería, hogar, bisutería, bazar y tecnología (www.bansstore.com, 2021).

Cabe mencionar que surgió en 1999, pero con un local llamado “Novedades Alvarado”, al pasar el tiempo las ventas crecieron, tenían mucha clientela mayorista a nivel nacional, e importaron desde China, donde es más económico debido al tipo de moneda que se maneja, luego abrieron un segundo local, llamado Importadora” Brigitte” que tuvo muy buena acogida.

Por ello, se deciden abrir otro local llamado “Novedades Nataly” el cual también tuvo éxito, por esta razón la microempresa con 3 locales necesitaba de más personal tanto administrativa como en el área de ventas y logística, por lo que decidieron ubicarse en la bahía de Guayaquil en: Ayacucho y Cacique Álvarez, y se cambiaron el nombre a “Ban Store”, que son la abreviatura de los locales “Brigitte Alvarado y Nataly”, agregando “Store” por la traducción de tienda en inglés.

Cabe mencionar, que la empresa tiene problemas logísticos, debido a bodegas en diferentes sitios, además, por la falta de códigos codificados y sectorizados por productos, los cuales ocasionan complicaciones en los procesos. Los dueños de la empresa Ban Store, comentan que desean cambiar porque se construyó un centro de acopio en Durán, donde se recibe todos los contenedores que llegan en el año y poco a poco estamos optimizando el tiempo de descarga, porque están tratando de conseguir una excelente logística.

4.4.2. Diagnóstico situacional

Para diagnosticar la situación actual de la empresa Ban Store, es necesario aplicar las herramientas adecuadas para comprender los factores externos e internos que afectan a la empresa. La herramienta de diagnóstico situacional que se utilizará es la matriz FODA y las cinco fuerzas PORTER. Al aplicar la matriz FODA, puede comprender las fortalezas, oportunidades y amenazas de la empresa, es decir, factores internos y factores externos. Mediante el uso de las fuerzas de PORTER, la competencia actual es ampliamente conocida y es posible formular una estrategia competitiva.

Proceso logístico actual:

Primeramente la problemática inicial es el hecho de las entregas en bruto, ya que los diferentes puntos en donde se deben enviar las mercancías están demasiado lejanos de la

línea principal y esto no permite que la empresa pueda realizar más entregas en los mismos viajes que realizan las unidades.

Por ende esto de igual manera afecta las entregas que se realizan en cantidades más pequeñas ya que se utilizan otros métodos de entrega a los clientes como por ejemplo: paquetería, entregas en puntos específicos o entregas en la misma empresa. Esto es algo que retasa ampliamente la cadena logística, ya que hay más factores que afectan las entregas como el tráfico de las carreteras, el stock que no está completamente adaptado a la expansión que plantea la empresa, las líneas de producción no están a la par de las entregas que se pueden realizar por semana y genera que el stock se llene considerablemente de manera rápida.

4.4.3. Matriz FODA

Tabla 15 Matriz FODA Empresa Ban Store

Fortalezas	Debilidades
<p>Variedad de productos comerciales de primera necesidad.</p> <p>Se cumple al 100 % el cronograma de actividades.</p> <p>Se realiza contabilidad mensual en la empresa.</p>	<p>Poca inversión en publicidad.</p> <p>Poca información de la empresa en la Web 2.0.</p> <p>Página publicitaria poco llamativa.</p>
Oportunidades	Amenazas

Inversión de accionistas internacionales.	Que las empresas de la competencia adquieren productos de mejor calidad.
Ser una empresa reconocida a nivel nacional.	Que la competencia venda los mismos productos con ofertas que nos perjudiquen.
Alta demanda de los productos.	Leyes gubernamentales que afectan a las empresas.

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

4.4.4. Fuerzas de Porter

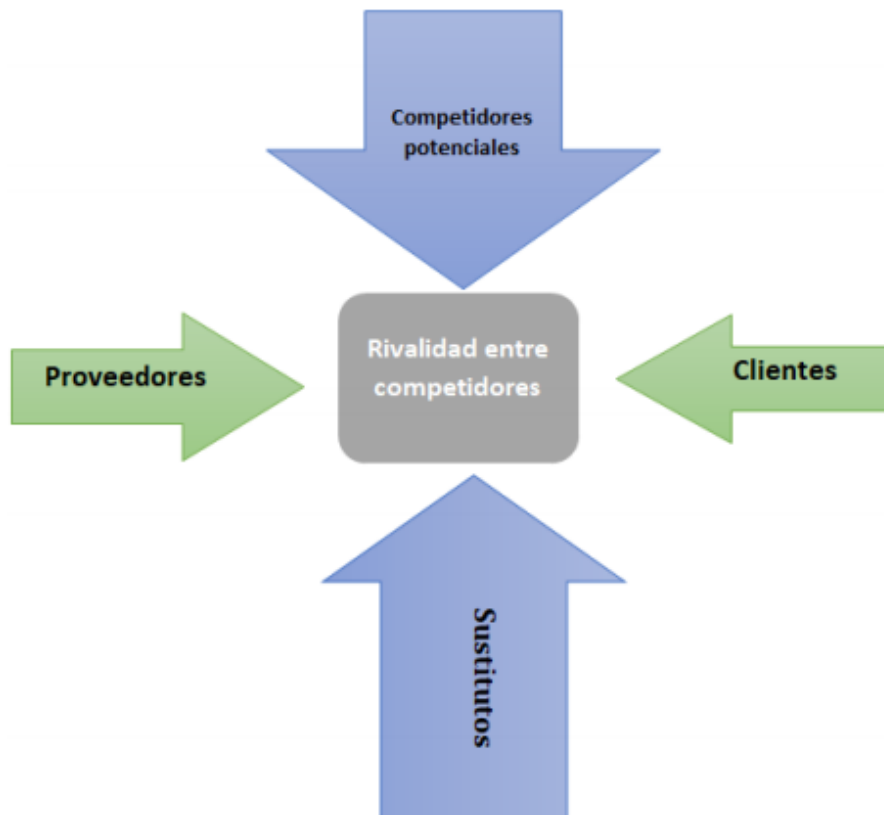


Ilustración 16: Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Fuente: Rivadeneira y Soto, (2020).

Amenaza de los nuevos competidores (Intermedia). - Esta fuerza presenta barreras de entrada como exclusividad y calidad de servicio al cliente, por lo cual los nuevos

competidores tienen desventaja acceder al sector ya que no es común ver una empresa de logística que ofrezca estas cualidades a sus clientes.

- Rivalidad entre competidores existentes (Alta). - Porque existen grandes empresas que representan una gran competencia para Ban Store, con experiencia y personal calificado, por lo cual se debe crear estrategias que representen una ventaja competitiva a la empresa.
- Amenazas de nuevos competidores (intermedio). - Existen barreras de entrada como la originalidad y la calidad, por lo que los nuevos competidores se encuentran en desventaja a la hora de ingresar al mercado porque es complicado brindar estas condiciones a sus clientes.
- Competencia entre competidores existentes (Alta). -Debido a que muchas empresas que representan a Ban Store tienen una gran experiencia y suficiente personal, es necesario desarrollar estrategias que puedan representar la ventaja competitiva de Ban Store.
- El poder de negociación del proveedor (Intermedio). -Hay muchos proveedores, pero hay que considerar la calidad y el precio de los productos que brindan, lo cual es muy conveniente para la empresa porque brinda variedad de productos.
- Poder de negociación del cliente. (Bajo). – Clientes mayoristas pueden recurrir a esta práctica para mejorar el precio de los productos ofrecidos, lo cual no es conveniente para la empresa, y tampoco es tan común, por lo cual precio fijo de sus productos se mantiene.

4.4.5. Organigrama de la empresa

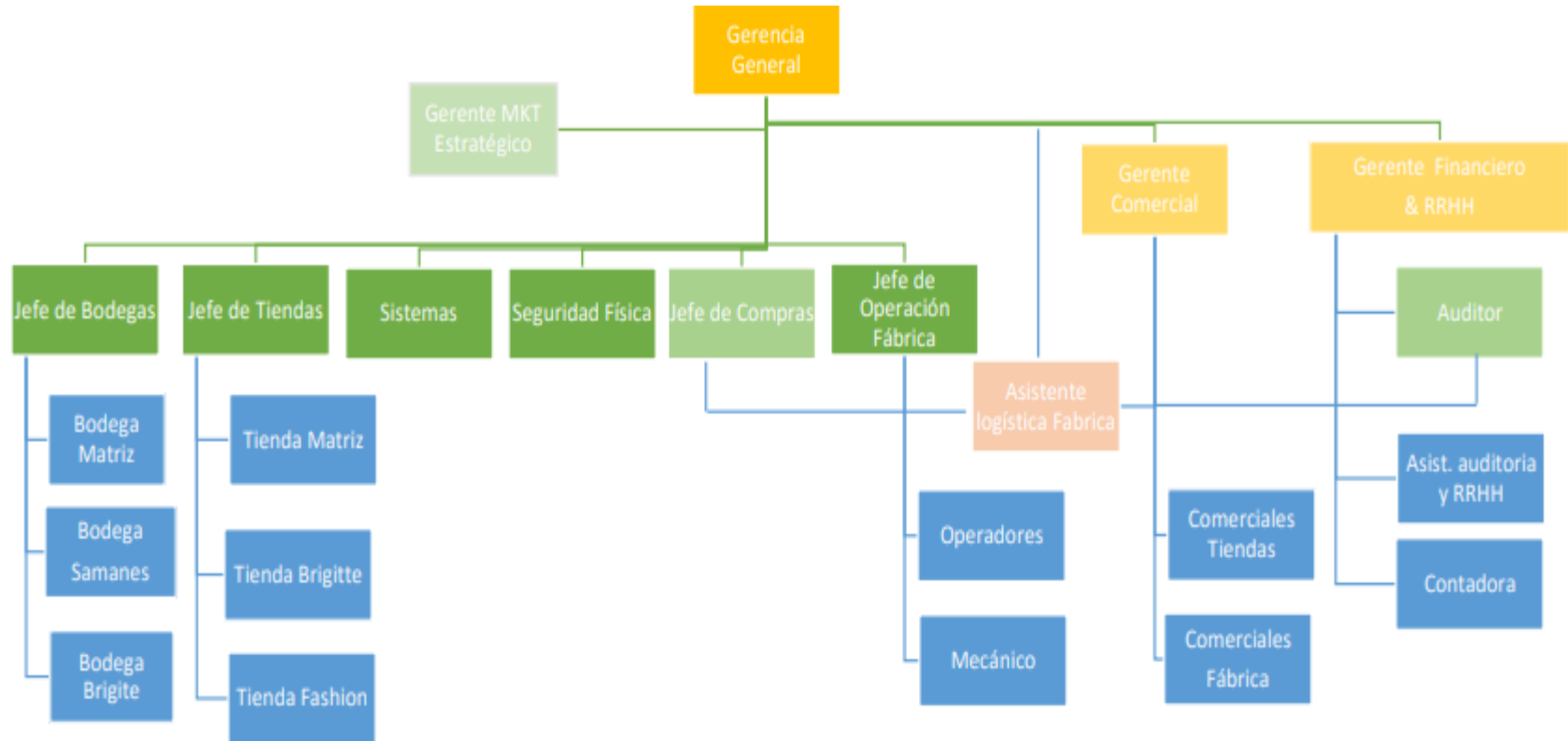


Ilustración 17 Organigrama de la empresa

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Análisis de las funciones del organigrama de la empresa

El principal eslabón del organigrama, se centra en las funciones de gerencia, las cuales están divididas en 4 áreas: General, Marketing Estratégico, Comercial y Financiera.

Respecto a los puestos:

Gerente General. -

“Se refiere a uno de los altos ejecutivos de la estructura jerárquica del mundo empresarial. Es el máximo representante para administrar una empresa u organización”.

Es responsable del control de las siguientes áreas y/o departamentos.

Jefe de Bodega. –

“Debe tener un control completo de todas las actividades relacionadas con la bodega, y también responsable de la calidad de los productos encontrados”.

Estar al tanto de la entrada y al final del control de la bodega.

“Mantiene el control de los registros de mercancías del material ingresado de acuerdo con los requisitos de un asiento superior en los almacenes”. Además de una identificación conveniente de los materiales y dispositivos almacenados.

En la empresa Ban Store existían anteriormente 3 bodegas, Matriz, Samanes y Brigitte. Actualmente disponen de una sola bodega en la que se almacenan todos los productos.

Jefe de tiendas. -

“Este realiza estrategias de desarrollo para aumentar nuestra cartera de clientes, aumentar el tráfico en la tienda y optimizar las ganancias”. Completa la conversión, motivación, consejos y comentarios para el representante del vendedor.

En la empresa Ban Store existen 3 tiendas, Matriz, Fashion y Brigitte.

Jefe de sistemas. -

“Este realiza el control del sistema de negocios compuesto por los ingresos de mercancías, equipos de oficina, dinero, información, producción, marketing, finanzas, contabilidad, recursos humanos, productos iniciales, ventajas y metales de control”.

Jefe de Seguridad. -

“Se encarga de la seguridad física, control del riesgo y actividades de prevención para proteger los recursos humanos o el material”.

Jefe de Compras. -

Son la máxima autoridad de su departamento. Es responsable de planificar y administrar su funcionamiento en función de un presupuesto. Es el que tiene que definir los diversos trabajos. Es el que le asignará a cada miembro de su equipo las tareas que tiene que hacer.

Jefe de operación de Fábrica. -

Responsable de la operación logística de la empresa, es decir vigilar que los procesos de ingresos o salidas de los productos comercializados se den correctamente.

Existen en las empresas Ban Store dos procesos los operacionales y los mecánicos.

Gerente Comercial. -

Realiza la planificación de la gestión empresarial, directa y evalúa las operaciones comerciales, se dedica a revisar los detalles de la empresa, personal y asignación de ellos.

Debe establecer metas de ventas.

Verifica que se cumplan los objetivos cotidianos.

Además de controlar los productos de ventas (consideran los productos agitados y tratan de vender los que están en mayor cantidad), para satisfacer las necesidades de los clientes y para maximizar las ventajas.

Gerente Financiero. -

“Es responsable de la administración efectiva de un capital de trabajo dentro de un saldo de riesgo y criterios rentables; Además de guiar la estrategia financiera para garantizar la disponibilidad de fuentes financieras y proporcionar el registro de operaciones contables”.

Vigila las siguientes funciones de los siguientes empleados:

Auditor. -

“Es de la revisión de las cuentas de Ban Store, tienen la misión de mantener la transparencia de dinero ingresada y graduada de la misma”. La administración del auditor da claridad a una sociedad en relación con todo lo relacionado con sus finanzas.

Auditoría y asistente RRHH. -

“Vigilan que se cumplan correctamente los procesos contables de Ban Store y que no existan irregularidades (corruptelas)”.

Contador. -

“Este aplica, administra, interpreta y registra la contabilidad. Su propósito es llevar el registro contable de los clientes, para producir relaciones internas o para terceros y proporcionar información útil para el proceso decisivo financiero”.

Gerente Marketing Estratégico. -

“Este realiza el análisis y conocimiento del mercado, a fin de detectar oportunidades que ayudan a Ban Store a cumplir con las necesidades de los consumidores de una manera más óptima y efectiva que el resto de los competidores”.



MANUAL LOGÍSTICO DE LA EMPRESA BAN STORE

REALIZADO POR:

ALVARADO GUILLERMO WILSON ANDRÉS

2

TARCO CHUMA AILY STEFANI

0

APROBADO POR:

2

MAYO 2020

0

Guayaquil-ECUADOR

Desarrollo del manual

A continuación, y en base al diagnóstico de situación inicial, se presenta el manual de la cadena logística de la empresa BAN STORE.

Contenido del manual logístico para la empresa BAN STORE

Presentación

1. Objetivos del manual
2. Alcance
3. Responsables
4. Términos y definiciones
5. Contexto de la organización
6. Diagrama de procesos
7. Descripción de los procesos logísticos
8. Estrategias de mejora
9. Recursos y Presupuesto
10. Código de ética de la empresa

Presentación

Este escrito contiene un manual de logística, con el fin de ayudar a los procesos logísticos de la empresa Ban Store.

Objetivo del manual

Dar información fundamental acerca de los procesos de logística de la empresa Ban Store y así obtener excelentes resultados.

Alcance

El presente plan está dirigido al personal de la empresa BAN STORE, tanto operativo como administrativo para el control de los procesos logísticos del proceso de comercialización de los productos de la misma.

Responsables

Los responsables del diseño, elaboración y distribución del presente manual son los profesionales del área de logística de la empresa Ban Store.

Términos y definiciones

Los diversos términos y definiciones utilizados en el presente manual se han tomado de diferentes normas como **BASC, planes logísticos, norma de Calidad, políticas.**

Contexto de la organización

La empresa Ban Store, tiene como actividad económica la de brindar productos de calidad para su comercialización entre estos tenemos productos de cosmetológicos, tecnológicos, juguetería y plásticos.

Misión

Fomentar la actividad comercial de la empresa Ban Store a nivel local e internacional, con los mejores precios del mercado y con un excelente servicio a los clientes.

Visión

Ser la empresa líder comercial del Ecuador, es decir ser reconocida por nuestros clientes por las características únicas y especiales que posee la entidad.

Descripción de Negocio Empresa

La Empresa Ban Store se encarga en la comercialización de toda clase de productos, es una tienda comercializadora.

Importación

Diagrama de flujo del proceso logístico de la empresa Ban Store.

En el siguiente diagrama de flujo se muestra el proceso logístico de la empresa Ban Store.

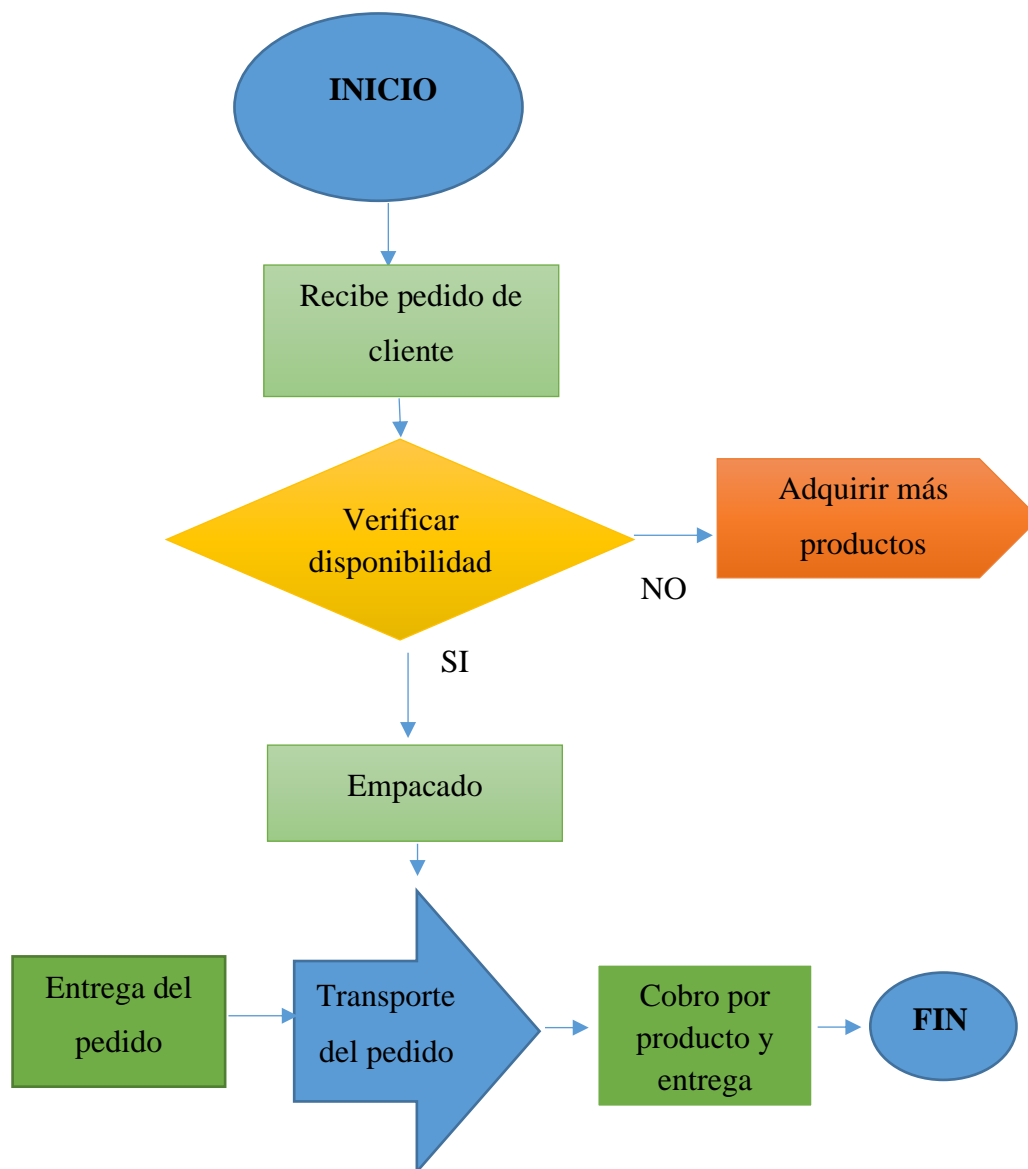


Ilustración 18: Diagrama de flujo de la empresa Ban Store.

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

A continuación, se describen las actividades propuestas para agilizar el proceso logístico de Ban Store con el responsable.

Tabla 16 Descripción de los procesos mejorados de la empresa Ban Store

Actividad	Procedimiento	Responsable
<p>Recepción de Pedido de los clientes</p>	<p>1. Se debe tratar siempre con gentileza a los clientes. Con simpatía y cordialidad para que sientan como invitados.</p> <p>2. De antemano se debe predecir las necesidades de los clientes, debe formar un vínculo fuerte con los clientes que le permita saber sus necesidades.</p> <p>3. Dar respeto.</p> <p>4. Trato igual a los clientes minoristas y mayoristas.</p> <p>5. Debe proceder inmediatamente en caso de</p>	<p>Gerente Comercial (Comerciales de Tienda y Comerciales de Fabrica).</p>

	inconvenientes con el cliente.	
Almacenamiento	<p>Se debe mantener el área limpia.</p> <p>Se debe mantener el área libre de obstáculo.</p> <p>Se debe almacenar de acuerdo al tipo de producto.</p> <p>Se deben registrar con códigos los estantes de la bodega.</p> <p>Se debe colocar ordenadamente de acuerdo a la fecha, sin olvidar que los productos que ingresan primero deben salir primero.</p>	Jefe de bodega
Empacado	<p>Antes del empacado se debe verificar el estado del producto.</p> <p>Se debe realizar un empacado que proteja a los productos comercializados.</p>	Jefe de bodega

Transporte del pedido	Se debe asegurar que los lotes de productos van a permanecer estáticos durante el transporte. Se debe considerar la capacidad de soporte del transporte. El transporte debe realizarse de forma segura y preferible en el día, para evitar daños.	Jefe de bodega
Entrega del pedido	Se debe entregar máximo en 24 horas de su recepción.	Jefe de Compra
Cobro por producto y entrega	Debe verificar el contrato de compra y asimismo conseguir la cancelación del producto por parte del cliente lo más pronto posible.	Jefe de Tienda

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

La empresa Ban Store debe evitar:

- “Entregas fuera de tiempo”.
- “Pérdida de tiempo por exceso de documentos”.
- “Desconocimiento de rutas de los clientes”.

Estrategias de mejora para el área de logística de Ban Store.

Uno de los objetivos principales del área de logística de la empresa es la entrega de la carga en el lugar y tiempo pactado, sin embargo, esto no se cumple a cabalidad a causa de la falta de estrategias de mejora, por lo cual se brindan algunas pautas a continuación:

“Mejora organizativa de los productos”.

Como ya se menciona debe haber concordancia con la parte de la producción semanal y la capacidad que tienen los almacenes a disposición, ya que la sobreproducción que existe hoy en día es una de las problemáticas que tienen varada a la empresa, no solo depende de un orden sino también del carácter organizativo que llegue a tener una persona o el responsable de área. Por lo cual se pretende que el sector de producción tenga una comunicación directa con el departamento de logística.

“El almacén debe estar distribuido y limpio”.

El stock en este sentido debe tener un sistema automatizado que permita a los trabajadores encontrar y acomodar las mercancías de una manera más eficiente, ya que como se sabe la mayoría de los stocks tienen un desorden organizacional que afecta la ubicación de mercancías y retrasa las entregas de las mercancías.

“Organización de los envíos”

Una de las partes que más retasan el proceso logístico son las entregas de las mercancías, pero desde el punto de envíos directamente de la empresa, ya que las paqueterías y distribuidoras tienden a dar prioridad a algunas mercancías que son de carácter vulnerables aunque estén antes de las nuestra, por ende se pretende crear una línea de entrega al cliente pero solo a domicilio donde el cobro de entrega será incluido en el puesto.

“Evitar que existan retrasos por coordinación y documentación”

Aquí se efectuaran cambios administrativos que relacionados con el departamento de logística que permitan ser eficiente en la recepción y revisión de documentación aumentando la coordinación entre estos dos departamentos creando una comunicación directa que deseche los efectos de retrasos por documentación.

“Revisar las direcciones de los pedidos junto con el chofer para asegurarse que este la conoce, en caso de no conocer la ruta, rediseñarla para evitar retrasos hasta su llegada al cliente”.

Aquí es un tema vital establecer nuevas rutas de entrega de las unidades de la empresa, ya que las entregas van de la empresa a puntos más cercanos dejando fuera esos lugares que no están dentro de los puntos de la cadena de distribución. Lo que va de la mano con el hecho de que se puede diseñar un sistema de monitoreo para que se pueda controlar en todo momento por donde está dirigiéndose la mercadería.

Estableciendo también la creación de un buzón de sugerencias y/o reclamos para conocer la perspectiva de los clientes acerca de la empresa.

Para aplicar cada uno de estos procesos de Logística se propone implementar una estrategia:

Estrategias 5S's

Las 5S pueden ser una metodología práctica para el establecimiento y mantenimiento de un lugar de trabajo bien organizado, ordenado y limpio, con el fin de mejorar las condiciones de seguridad, la calidad en el trabajo y dentro del estilo de vida de la empresa. Con la aprobación de la dirección para la aplicación de esta propuesta, se estableció el objetivo general, los objetivos específicos y el plan de acción.

1ra S - SEIRI: Clasificar los elementos como necesarios e innecesarios. Retirar de las áreas de trabajo como almacenes y oficinas los materiales que no son necesarios para la actividad, lo que contribuye a ampliar la eficacia del trabajo.

Por ende en la parte de producción y logística se situaran los puntos de entrega ampliamente necesarios y se desecharan las rutas que tiendan a tocar uno o dos puntos alejados de Guayaquil, además de que se crearan nuevas rutas de entrega que recaen en lo siguiente:

Tabla 17 Rutas de entrega

Ruta por Unidad de entrega	Cantidad de entrega
Ruta 1	Se utilizara cuando las entregas en Guayaquil sean en 2 puntos cercanos a la empresa
Ruta 2	Se usara cuando la empresa requiera ir a más de 4 puntos de entrega en Guayaquil
Ruta 3	La ruta tres pertenece a la interacción de una cantidad considerable de mercancías a un punto fuera de Guayaquil pero que también pasara por puntos de entrega minoritarios.
Ruta 4	Esta ruta será especial ya que serán entregas en puntos donde varios negocios requieran las mercancías dentro de Guayaquil.

Ruta 5	Esta ruta será relacionada a la anterior solo que las entregas serán en puntos donde varios negocios requieran las mercancías fuera de Guayaquil.
Ruta 6	La ruta seis representa los fletes de entrega directa desde la empresa a donde se encuentre la empresa cliente.
Ruta mixta	Aquí será un sistema de entrega especial ya que se trata de que el punto de entrega será en donde el cliente lo decida y sea en un lugar diferente a la sede de la empresa del cliente.

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

2da S - SEITON: Ordenar los lugares para cada material dentro del almacén. Ubicar los materiales necesarios, tales como: herramientas, equipos, objetos personales y mercancías, en lugares donde estén identificados, facilitando su búsqueda.

Lo primordial sería que la empresa llegue a utilizar un sistema informático que le permita ubicar las mercancías que existen en stock, donde están ubicadas, la cantidad de ellas en existencia y cuando entraran nuevos modelos de estas mismas. Así se tendrá un mayor control de los insumos que pasaran por el proceso de producción y los productos terminados que serán próximos a entregar a los clientes en algunas de las modalidades de entrega ya planteadas.

3er S - SEISO: Mantener limpia la zona de carga. Crear en los encargados del almacén el hábito de conservar el puesto de trabajo, los mecanismos de transporte interno, las herramientas, las estanterías y los almacenes donde se genera la mayor cantidad de residuos (cemento, cal y cola cerámica), en óptimas condiciones de limpieza y orden.

El orden y la limpieza son primordiales en cualquier empresa y más en una donde se realizan entregas en la misma sede, por ende se planea tener un grupo de personas que se encarguen del mantenimiento del área de trabajo para agilizar las operaciones que se tengan periódicamente.

4ta S - SEIKETSU: Asegurar el bienestar del personal y reducir los riesgos. Se definen estrategias para conseguir entornos limpios y seguros que aseguren el bienestar de los trabajadores, reduciendo el riesgo de accidentes que se aproxima.

Ahora de igual manera cuidar el personal de trabajo mediante políticas de seguridad que permitan adecuar a que el personal utilice los equipos de seguridad de manera correcta y en todas las áreas de trabajo para evitar accidentes dentro del entorno laboral.

5ta S - SHITSUKE: Formular estrategias para utilizar y mantener las buenas prácticas. Estandarizar mediante normas fácilmente comprensibles para los operarios del almacén, una forma que permita detectar situaciones atípicas y actuar rápidamente para cuidar de la consecución de los objetivos anteriores, es decir, conseguir una cultura dentro del trabajador para que éste sea a menudo proactivo sin necesidad de ser supervisado o controlado.

Plan de acción para la implementación de 5S's.

La metodología de las 5S's puede ser un concepto acuñado por primera vez en Japón y forma parte de las herramientas de mejora continua aplicables a las empresas que quieren ofrecer "calidad de vida" a su personal para conseguir altos niveles de calidad, productividad y competitividad. La aplicación de esta estrategia aporta beneficios como: menos accidentes,

menos movimientos y traslados inútiles, menos tiempo para variar las herramientas, mejor imagen ante los clientes, mayor compromiso y responsabilidad en las tareas. Para su implantación se tendrán en cuenta las siguientes fases:

Fase 1. Divulgación y compromiso de directivas para la estrategia: Inicialmente se realiza una reunión con el Gerente general y el Administrador de la tienda Ban donde se menciona el objetivo de implementar esta estrategia, por lo que el recurso más vital para llevarla a cabo es el interés de estos que lideran los procesos. Así, se convoca una segunda reunión a la que asisten el Administrador, el Coordinador Operativo, el responsable de Inventario y los responsables de Almacén, y por tanto se definen las funciones de este órgano organizativo dentro del desarrollo de la implantación del programa de las 5 S's, que son de importante importancia para acompañar este proceso de mejora. Las responsabilidades más importantes de los responsables son:

- Dirigir el programa de las 5 S's.
- Promover la participación activa de los implicados.
- Fomentar que el personal se sienta motivado para contribuir a la causa actual.
- Asegurar la continuidad del programa.
- ofrecer un seguimiento constante.

Fase 2. Planeación para la implementación de la estrategia 5 S's.

En esta fase se determinan las áreas en las que se implementará, las etapas que se administrarán, los responsables y, por tanto, los recursos necesarios.

Áreas donde se va a implantar la estrategia de las 5 S's. Las áreas elegidas son los almacenes de expedición.

Equipo de implantación de las 5S's. Las personas que estructuran el equipo de implementación son: el Auditor de Inventario, el Coordinador Operativo y los Supervisores de Despacho, que están directamente involucrados dentro de la operación y mantenimiento

de los almacenes. Las funciones de este equipo son explicadas dentro de la capacitación previa a la ejecución del plan.

Fase 3. Diagnóstico inicial. Para conocer el grado de utilización de las estrategias de las 5S, se elabora una lista de comprobación que se aplica mediante la observación directa de los procesos del almacén. Las preguntas se formulan en consonancia con el carácter de la empresa, que se establece una escala de medición con 5 posibles respuestas: Muy malo, malo, regular, bueno, muy bueno, asignando muchos 1, 2, 3, 4 y 5 puntos respectivamente. Lo siguiente puede ser una lista de los resultados.

Tabla 18 Grado de cumplimiento 5 S's – Diagnóstico Inicial.

ESTRATEGIA	TOTAL, POSIBLE	PUNTAJE OBTENIDO	GRADO DE CUMPLIMIENTO	GRÁFICO
SEIRI CLASIFICAR	50	25	5 0,0%	<p>GRÁFICO DE RED - 5S</p> <p>SEIRI 50,0%</p> <p>SEITON 40,0%</p> <p>SEIKETSU 40,0%</p> <p>SEISO 44,0%</p> <p>SHITSEKU 40,0%</p>
SEITON ORDENAR	50	20	4 0,0%	
SEISO LIMPIEZA	50	22	4 4,0%	
SEIKETSU BIENESTAR	25	10	4 0,0%	
SHITSEKU DISCIPLINA	25	10	4 0,0%	

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Como se suele ver, el porcentaje típico de la estrategia es del 42,8%, que en términos generales es bajo e insuficiente dado el grado de importancia de las áreas de almacén durante una empresa dentro de la industria de la ferretería.

Fase 4. Jornada de capacitación. Para la implementación del programa, se requiere de una serie de actividades específicas para cada una de las 5S's, las cuales pueden ayudar a

adecuar las estrategias; las cuales representan sucesivamente una mejora en conjunto de las áreas de trabajo.

Durante esta reunión se dan a conocer las ventajas, la importancia del trabajo en equipo, las funciones de cada miembro dentro de la ejecución del programa y por ende los pasos a seguir para adecuar y garantizar la permanencia de dichas estrategias. Se realiza la reunión de capacitación y socialización, a la que asiste el equipo ejecutor del programa (Auditor de Inventario, Coordinador Operativo y Supervisores de Despacho). Este equipo se compromete a transmitir los conocimientos a su personal de almacén.

Primera Implementación S-SEIRI (Clasificar):

Se identifican, clasifican y separan los productos, equipos, herramientas y documentos innecesarios para las actividades. Como resultado, el corporativo comienza a hacer un seguimiento del material inútil que no tiene uso, el cual es llevado periódicamente a un barrio dentro de los almacenes para su posterior eliminación.

En las áreas de almacenamiento del corporativo existen artículos como productos discontinuados, mercancía caducada e inactiva, que se ubican en diversos lugares de flujo de personal, generando continuos embotellamientos de tela dentro de los pasillos. Otra causa que origina este problema es que la existencia de pedidos pendientes, que es mercancía que el cliente ya ha cancelado, pero que aún no está llegando a ser tomada, lo cual contando con el tipo de pedido llega a tener meses de almacenamiento dentro de los almacenes; se propone escoger en cada almacén un sector para el almacenamiento de los pedidos pendientes que no interrumpa los despachos, esto se suele hacer apoyado en el típico de pedidos pendientes que tiene el corporativo.

Segunda Implementación S- SEITON (Organizar):

Se asigna un lugar para cada elemento necesario dentro de la operación de la empresa, como son las herramientas, la mercancía, los mecanismos de transporte interno y otros documentos, de manera que se mantengan en orden y puedan ser fácilmente identificados al momento de su uso. para llevar a cabo la propuesta, se inició un proceso de redistribución de los espacios dentro de las bodegas de despacho para mejorar la disposición de los materiales dentro de la bodega y hacer lo más visible posible su ubicación. Cada sección del almacén, las herramientas, la zona de carga del inventario, los mecanismos de transporte interno, los puntos de seguridad y limpieza, los extintores y los contenedores de gestión de residuos están etiquetados para poder localizarlos.

Tercera Implementación S- SEISO (Limpiar).

Se administra una jornada de limpieza general dentro de los almacenes y centros de despacho; esto incluye las siguientes prácticas

- Limpiar paredes, estanterías, pallets y dispositivos de iluminación.
- Limpiar las herramientas y los mecanismos internos de transporte.
- Retirar los envases, cajas, plásticos y demás elementos de embalaje que se encuentren en el suelo del almacén.
- Lubricar y limpiar los dispositivos de apertura como puertas, ventanas y portones.
- Identificar los fallos de las herramientas y evaluar su estado.

La primera jornada de limpieza es bien aceptada por todos los operarios de la empresa, que notan los cambios en el área de trabajo.

Cuarta Implementación S- SEIKETSU (Bienestar Personal).

Su implantación garantiza una imagen honesta del personal, el respeto a las normas de seguridad, el fomento del trabajo en equipo y, por tanto, la importancia de conseguir un entorno tranquilo con el mínimo riesgo posible. Todo el personal operativo recibe formación, haciendo hincapié en:

- La utilización de los elementos de protección privada que se dan a la dotación.
- El cuidado (baño diario, aseo, peinado, buena presentación, etc.).
- La prevención de enfermedades laborales mediante la solicitud de citas médicas periódicas y el control por parte de la ARL.
- Las normas de seguridad y salud establecidas en la empresa.

Proveer a través de la gestión del talento humano los equipos aceptables para cada trabajador, incluyendo los equipos de protección personal.

Mantener dotado el botiquín de primeros auxilios, acorde con la Norma OSHAS 14001:2007, para atender cualquier eventualidad y verificar el estándar del servicio médico que cubre al personal.

Invertir en la salud y el patrimonio de los trabajadores; entendiendo que son la fuerza de fondo para el funcionamiento eficiente de la empresa.

Mantener comunicación directa con la ARL para que los trabajadores sean capacitados periódicamente en seguridad y salud ocupacional.

Quinta Implementación S- SHITSUKE (Disciplina).

Para lograr el objetivo, se requiere que el trabajador esté familiarizado con el programa de las 5 S's, por lo que es necesario mantener a los trabajadores constantemente informados

a través de la utilización de volantes, carteles, comunicados, etc.; lo que ayuda a su efectiva aplicación y continuidad.

Recursos y presupuesto del proyecto

Para poder llevar a cabo la ejecución del presente proyecto, fue necesario contar con Recursos Humanos, materiales y técnicos, los cuales son detallados a continuación:

Tabla 19 Recursos humanos para el proyecto

Recursos humanos	Valor
Movilización y transporte	\$200
Alimentación y viáticos	\$300
Total	\$500

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Tabla 20 Recursos materiales para el proyecto

Recursos materiales	Valor
Suministros	\$ 100,00
Impresiones	\$80
estudio de campo	\$200
Anillados	\$20
Internet	\$100
Total	\$500

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Tabla 21 Recursos Técnicos

RECURSOS TÉCNICOS	VALOR
Flash memory	\$ 20,00

Infocus (Alquiler para charlas con personal)	\$ 40,00
TOTAL	\$60,00

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Tabla 22 Total de recursos necesarios para el proyecto

RECURSOS	VALOR
Humanos	250,00
Materiales	\$ 300,00
Técnicos	\$ 60,00
TOTAL	\$610,00

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Tabla 23 Financiamiento del proyecto

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	TOTAL
Auto Gestión (autores del proyecto) 1000%	\$1670,00

Elaborado por: Alvarado & Tarco (2020).

Código De La Empresa Ban Store

¿Quiénes Somos?

Creo en el valor y el poder de nuestro personal, en su espíritu de servicio y en su desarrollo de la responsabilidad y lograr un equilibrio de vida, prioridad de la integridad física

Nuestros colaboradores

Cada persona obliga a nuestra empresa con su compromiso diario. Creo que el éxito se define por el comportamiento de sus líderes. Además, nuestras creencias comparten nuestra visión perseguida y se comprometen a realizar las necesidades establecidas como corporación. Creemos en la valía del hombre, estamos convencidos de que somos una comunidad que logra resultados, victorias dentro del mercado, trabaja con eficiencia, por la integridad para asegurar nuestra trascendencia y permanecer dentro del momento.

Somos una comunidad integrada a través de cada una de las sucursales, que se dividen para un propósito equivalente, trabajando con procesos y sistemas comunes. Durante este camino, se crean proyectos comunes, sinergias y un ambiente menos costoso durante el cual nuestros empleados producen, se expresan y tienen una libertad para satisfacer los riesgos medidos y trabajar con eficacia.

Nos hemos ganado un lugar crucial dentro de la preferencia de los consumidores y clientes a través de nuestro trabajo, debido a la labor que realizamos al día para ganar dentro del mercado. Sin entrega, no se consigue el éxito.

Los líderes deben estar cerca de nuestros empleados, escuchándolos, ayudándolos a crecer y reconociendo sus resultados en el día a día.

Nuestra visión y ejecución del liderazgo, actuando como verdaderos empresarios.

Este estilo de gestión: riguroso, sencillo y claro al margen de los sentidos humanos, alineado con la acción y cerrado a la operación, además de una forma de urgencia, fomenta la libertad de los empleados.

Creemos que los desafíos constantes, debemos estar involucrados y hospitalarios descubren oportunidades. Una corporación que no desafía, fácilmente cae en la autosatisfacción.

Hoy en día, los retos son grandes. Para satisfacerlos, debemos atender a nuestra visión y asumir riesgos calculados durante un espíritu de adhesión y cooperación en equipo.

Nuestra organización: Cambia tus metas

Son responsables de la definición y la aplicación de las estrategias de venta. Velan por la operación y son responsables de la obtención de resultados.

No son independientes

Los departamentos y la dirección general del grupo coordinan las entregas, las funciones centralizadas y las iniciativas de mejora general en conjunto con sus funciones. Con la filosofía del Grupo Ban Store alineada con las mejores empresas de producto, servicio, calidad y precio del mundo. Nuestros procesos, sistemas y configuraciones deben reflejar esta posición.

Los procesos y sistemas son comunes a toda la empresa; esto nos permite compartir un sistema de voz, medición y facilita la integración entre áreas y operaciones. Los sistemas se apoyan en una plataforma tecnológica singular, avanzada, escalable y beneficiosa. Nos interesa promover su rápida búsqueda de nuevos negocios y aumentar la mejora continua de los procesos.

Crear en nuestras marcas

Deben ser nuevas y de fantástica calidad para nuestros consumidores, deben distinguirse de otras alternativas a través de un profundo conocimiento del comprador.

- Innovación en todos los aspectos.
- Proporcionar productos que satisfagan las expectativas del consumidor.
- Calidad ideal en el diseño de los envases.
- Publicidad diferenciada y ética.
- Diseño extraordinario en el propósito de la venta.
- Precios competitivos.

Creemos que nuestra visión a largo plazo y dentro de la reinversión constante de los beneficios, lo que nos permite diferenciarnos de nuestros competidores.

Con energía y creatividad, buscamos opciones permanentes de productividad que representen y concreten este objetivo es infinito.

Además, estamos al margen de todas las decisiones generadas por nuestros competidores, para potenciar nuestras estrategias de diferenciación.

Creemos que la responsabilidad de la sociedad va más allá de los objetivos económicos, sociales y ecológicos, por lo tanto, tratamos de trascender y permanecer sostenible, que contribuyen al evento de los empleados y las comunidades durante el cual participamos.

Estamos orgullosos de formar parte de este grupo, de los que lo crearon y de las personas que hoy lo hacen exitoso.

Te invitamos a seguir figurando en este apasionante reto, unidos por nuestra visión y nuestra "Regla de Oro": respeto, equidad, confianza y cariño.

Para guiar nuestro comportamiento, tenemos este código de ética. En él encontrarás las obligaciones que tenemos como empleados de Ban Store Group en nuestras interacciones con las diferentes partes interesadas, a las que servimos. Una delicada bienvenida.

1. Finalidad

Con el fin de crear una empresa sostenible, altamente productiva y plenamente humana; para hacer realidad la preferencia de nuestros consumidores, clientes y empleados; por lo tanto, se deben establecer los mejores estándares éticos que siempre se han mantenido dentro del acto diario de nuestros empleados y nuestra interacción con nuestros grupos de interés. El presente documento pretende determinar el marco normativo que orienta estas normas de conducta, nuestra posición en los distintos temas relacionados y por tanto los criterios que se seguirán en situaciones de incumplimiento.

2. Gama

Esta política se aplica a todos los empleados, accionistas y cada una de las personas, sin importar su posición o nivel, que trabajen para la empresa, incluyendo, sin limitación, a los directores, gerentes y, en general, a cualquier empleado eventual o permanente (el siguiente colaborador o empleados designados), también como individuos. Es aplicable a cualquier método, contrato o negociación en todos los lugares donde opera la empresa.

3. Nuestros dogmas

En el equipo de Ban Store, creemos firmemente que debemos actuar con integridad. Ésta suele ser una de nuestras creencias, especialmente cuando los líderes se ven obligados a medir con honestidad.

Para entender nuestras creencias y, por lo tanto, adaptarse a este Código, es esencial que tengamos carácter moral y demos ejemplo, y es natural que lo respetemos.

El cumplimiento del "Código de Ética" siempre nos hará sentirnos satisfechos con la empresa y las partes interesadas durante una manera clara y honesta en un ambiente lleno de confianza y sinceridad todos los aspectos de la vida, profesionalmente.

El estricto cumplimiento de este Código y de cada una de las políticas subsiguientes. En consonancia con las leyes nacionales, el incumplimiento puede terminar en una acción disciplinaria, como la terminación del empleo y/o la acción.

Los gerentes de la empresa en los niveles más bajos darán un ejemplo intachable de cumplimiento, para difundirlo constantemente y exigir una acción disciplinaria apropiada cuando uno de sus empleados no lo haga.

Los empleados del Grupo Ban Store tienen la obligación de informar de cualquier desviación de la que no tengamos conocimiento.

4. Nuestras obligaciones.

4.1 Consumidores y clientes.

Nuestros clientes y consumidores son la esencia de nuestra supervivencia. Su satisfacción es primordial para nuestro éxito. Por ello, el nivel y la seguridad de nuestros productos y servicios son nuestros principales compromisos con ellos.

Ofrecemos varios productos básicos. Nos comprometemos a informar a los consumidores sobre su calidad.

Nos comprometemos a producir nuestros productos en cantidades suficientes en todos los canales en los que operamos para asegurar su correcto estado.

Los clientes son nuestros aliados estratégicos, por lo que intentamos obtener asesoramiento empresarial para comercializar su crecimiento y desarrollo.

En el trato con los clientes no hay lugar para ningún tipo de corrupción, parcialidad o actividades que violen las leyes y las buenas costumbres.

4.2 Con asociados.

Tratamos de determinar las mejores prácticas de la empresa para ofrecer a los accionistas plena transparencia y certidumbre. Creemos firmemente que un buen gobierno corporativo puede potenciar a los accionistas y, además, es una empresa gestionada de forma socialmente responsable, eficiente y rentable.

Nuestro compromiso es suministrar rendimientos razonables y crear valor a largo plazo para la inversión continuada de los accionistas y socios.

Nuestra empresa cumple con la ley y proporciona la información necesaria para el proceso de toma de decisiones de los accionistas y socios, que se puede obtener durante un tiempo coherente, uniforme y conocido. Esta información suele estar respaldada por cuentas claras adjuntas a la normativa aplicable.

4.3 Con empleados.

El acuerdo con los empleados se basa en la Regla de Oro: el respeto, la equidad, la confianza y el afecto, con lo cual todo tipo de abuso, trabajo forzado o trato indigno debe ser denunciado a través del "feedback" disponible en su puesto.

a) El respeto a la persona individual presenta un valor único y reconoce que su contribución individual al equipo de trabajo es indispensable durante su desarrollo. Por lo tanto, los respetamos y no permitimos la discriminación, ya sea por edad, religión, sexo, raza, preferencia sexual o por toda condición protegida por las leyes de la comunidad durante la cual trabajamos. Esta disposición se aplicará a todos o cualquier aspecto del empleo, incluyendo el reclutamiento, la selección, la promoción, el cambio de puesto, los traslados, la compensación, la capacitación, la terminación del empleo y la educación. En general a todas o cualquier condición de trabajo. En el grupo Ban Store, respetamos y apreciamos la

dignidad de la persona, por lo que rechazamos cualquier tipo de discriminación, abuso de las personas y cualquier tipo de culpa que vaya en contra de sus intentos de derechos.

En el grupo Ban Store, promovemos el trabajo responsable y respetamos los derechos de los menores de edad, tal como lo establece la ley del Ecuador.

b) intentamos comercializar el progreso de nuestros empleados valorando las normas ético-morales.

Entregamos y distribuimos nuestras creencias a través de nuestro comportamiento.

Reconocemos que la creencia es que la base de una relación profunda y permanente apoyó la integridad de la persona.

No toleramos la intimidación o el condicionamiento de los empleados, independientemente de que el éxito de una persona dependa de un favorito o de un soborno. Nos comprometemos a cuidar un ambiente de pieza contra el acoso, incluyendo el lenguaje o la conducta que será atroz, discriminatoria y/o insultante.

Entendemos que este cumplimiento en referencia a nuestros empleados dará seguridad en su trabajo, permitiéndoles confiar en la empresa y tener interacción en sus funciones.

Ofrecemos a los empleados instituciones relevantes para el evento de sus talentos y habilidades y que podamos utilizarlo para asumir mayor responsabilidad dentro de las posibilidades enviadas.

c) Seguridad y bienestar del Grupo Ban Store, nos comprometemos a proporcionar un entorno de trabajo seguro y saludable, y a proporcionar una cultura de seguridad y bienestar para los trabajadores, sus familias y por lo tanto las comunidades en las que trabajamos.

Lo anterior no es accesible sin un compromiso real con la seguridad y el bienestar, que sea visible y comprobado por todos los empleados. Esto sugiere el pleno cumplimiento de la política del Grupo Ban Store, que debe ser conocida y reverenciada en los menores tiempos.

Tanto los directivos como los empleados deben mantener un alto grado de concienciación y conocimiento de los peligros y la forma de evitarlos.

Como empresa, debemos considerar la seguridad del cliente, de los socios comerciales externos y, por lo tanto, del entorno social en el que desarrollamos nuestras operaciones, para exigir el cuidado de la integridad física de todos.

d) Claridad y responsabilidad de las funciones.

Reconocemos lo importante que es transferir a nuestros compradores, la información requerida para satisfacer sus obligaciones, ya que sólo participarán dentro de las prioridades y proyecto de la Compañía; para realizar su integridad, profesionalismo y entusiasmo.

(e) Organizaciones laborales

Cualquier relación con organizaciones laborales debe ser estrictamente asistida por las disposiciones legales del país.

(f) Confidencialidad, si integramos un empleado al Grupo Ban Store, es que el compromiso con el uso legítimo responsable, confidencialidad y seguridad de los datos como propiedad y secreto del corporativo que es esencial por sus procesos de fábrica, sistemas de información y sistemas de mercado, incluyendo información financiera, productos y empleados.

Incluso si un colaborador deja de trabajar para el corporativo, por cualquier razón, debe mantener este compromiso con el que se fue por la ética profesional y las leyes vigentes.

(g) un conflicto de intereses y no como todo el personal de trabajo dedicado a la ventaja de la corporación, y cualquier persona que los integra sin afectar a nuestra decisión, lo que favorece el interés de la productividad, la eficiencia y el cumplimiento de nuestros objetivos.

Para evitar conflictos entre los intereses personales y por lo tanto el grupo Ban Store, una respuesta debe ser promovido, todos los empleados tienen la responsabilidad de dilucidar si

hay intereses financieros o de otro tipo que afectará. Si un empleado cree que hay intereses personales que van a influir en el trabajo o en la toma de decisiones, es necesario hablarlo por escrito a sus jefes inmediatos y al Comité de Auditoría en el caso del director general.

h) Prohibir la integridad de la tienda Los grupos tienen intolerancia a las acciones corruptas, por lo que no retiraremos o proporcionaremos bienes, trato preferencial o servicios por intereses ilegales para evitar el castigo o el daño a otros. Nuestras creencias, políticas globales y cada una de las directrices de Ban Store y las leyes nacionales son beneficios obvios.

Mantenemos procedimientos adecuados para adaptarnos a todas las leyes aplicables y promovemos una cultura de integridad, control y legalidad para frenar situaciones que provoquen corrupción.

La recepción de dinero en efectivo, regalos, favores o servicios tiene un profundo efecto en el rendimiento y la reputación de la empresa y de cada uno de sus miembros. Estas acciones son ilegales y deben constituir delitos penales.

I) Para la construcción, los socios deben actuar de acuerdo con este Código y las políticas de Ban Store. Por lo tanto, cualquier socio que realice prácticas comerciales o de gestión administrativa de acuerdo con las normas de la empresa, como el fraude, el uso, la venta, el consumo y / o distribución de cualquier narcótico que viola los principios descritos en el mismo, constituye una escasez de la integridad.

J) Creemos firmemente que el trabajo diario y el trabajo en grupo deben administrarse en un contexto sencillo y eficiente. Al inicio de la política de austeridad, nos comprometimos con la ejecución de todos nuestros procesos empresariales.

Hacemos un uso eficiente de los recursos obtenibles, evitamos el despilfarro, nos esforzamos por mantenerlos en perfecto estado de funcionamiento, nos esforzamos por maximizar sus capacidades y prolongar su vida útil, y maximizamos nuestro tiempo.

Nuestro objetivo es que la funcionalidad de los gastos, siempre escuchando respetar la dignidad de los trabajadores y su seguridad.

K) Protección de los recursos

Nuestro compromiso es custodiar y optimizar el valor de la inversión, principalmente a través del uso prudente y económico de los recursos, controlando que se cumplan las normas de seguridad pertinentes.

El uso de los activos se destinará al objetivo de la empresa, quedando estrictamente prohibido cualquier otro uso.

L) Información

Quienes colaboran en Ban Store Group están obligados a informar de todo, de la mercancía de su trabajo, de forma honesta, segura y oportuna. Todas las ventas, devoluciones, bonificaciones, capacidades utilizadas, decisiones, deficiencias-superávit y contabilidad, deben ser veraces, sin importar el destino de esta información.

4.4 Con nuestros proveedores.

a) Nos comprometemos a negociar de forma honesta y justa, sin discriminación. Cada proveedor será tratado siempre con la regla de oro: respeto, equidad, confianza y afecto.

Nuestro compromiso puede ser un trato que tenga no sólo el cumplimiento de las personas que representan a los socios comerciales externos, sino proporcionar la información requerida para los concursos y licitaciones, con el fin de que estos procesos sean transparentes y justos.

b) Selección y desarrollo.

Todas las propuestas que nuestros proveedores van a ser totalmente verificadas por el precio, el valor añadido, la calidad y la reparación que proporcionan.

Damos el mejor valor a la competencia dentro del proceso de evaluación de la selección más simple. Debemos estar de acuerdo con el compromiso que asumimos de hacer relaciones comerciales sostenibles y equitativas.

También nos comprometemos a velar por los derechos de los proveedores en cuanto a la confidencialidad de los conocimientos aportados, al tiempo que esperamos que los proveedores se adapten a las políticas del grupo Ban Store.

Involucramos a nuestros socios comerciales externos, buscando su desarrollo y suministro de apoyo y conocimientos para mejorar las características de los materiales y servicios que nos gustaría, a través de una relación de confianza a largo plazo.

(c) Uno de nuestros principales compromisos con nuestros proveedores es el pago a tiempo de sus servicios y productos. Para ello, establecemos acuerdos claros sobre las condiciones de pago y definimos procesos estables, sencillos y transparentes que no den lugar a interpretaciones o prácticas engañosas.

Aspiramos a contar con proveedores que, en cada transacción, obtengan beneficios equitativos que promuevan su desarrollo sostenible, para así suministrar un servicio que evolucione en conjunto sus elementos, no sólo en el precio.

Comprometidos con la legalidad de las operaciones, nos aseguramos de que nuestros proveedores no incurran en prácticas ilegales, como procedimientos de corrupción, encubrimiento, incumplimiento de obligaciones fiscales, ambientales o sociales, como el pago de la Seguridad Social, impuestos o trabajo juvenil, de acuerdo con la legislación del país. El Grupo Ban Store no viene de una relación de cartel con estos proveedores que comprometen este tipo de prácticas.

Buscamos que nuestros proveedores nos ayuden a ofrecer productos de excelencia, trabajando con aquellos que garantizan los mejores estándares de calidad y seguridad.

d) integridad

Participamos con nuestros proveedores en nuestro principio de integridad privada y, por lo tanto, les pedimos que se responsabilicen de no ofrecer remuneraciones o donaciones a nuestros empleados, adhiriéndose a nuestro Código de Conducta para proveedores y otros terceros.

Disponemos de una línea de retroalimentación en su sede como área para precisar sus comentarios, sugerencias y quejas en un ambiente de confidencialidad. Nos comprometemos a examinar a fondo cada caso y a trabajar en él. Este espacio está disponible antes, durante y después de la relación cliente-cliente, en el entendido de que actuaremos con total imparcialidad y sin afectar los intereses de las partes, en caso de que las quejas continúen.

4.5 Con nuestra competencia

Ban Store se compromete a participar dentro del mercado apoyado en el precio, la calidad y la reparación frente a nuestros competidores dentro del marco de la integridad. Todos los anuncios o promociones se apoyan en hechos y se adaptan a las leyes de la competencia. De acuerdo con nuestros principios y creencias, estamos comprometidos con la calidad, el servicio y la estrategia comercial. Respetamos a nuestros competidores y, siempre que tenemos que hablar de ello, utilizamos información objetiva. Todas las comparaciones con los competidores se harán en términos específicos y no calificables y no podrán utilizar información o argumentos diversos. La conexión con el competidor siempre se ajustará a nuestras políticas y, por tanto, a las leyes aplicables donde operamos. Por lo tanto, si usted se pone en contacto o es contactado por un representante de la competencia, nos

comportaremos durante una manera profesional y no podemos compartir información de la empresa.

4.6 Con el Gobierno

a) Respeto a la ley.

Siempre entendemos las leyes y hacemos los ajustes necesarios para evitar el impacto.

Este principio se aplica a todos los ámbitos de actividad sin excepción. El incumplimiento de la ley puede constituir un delito que causará graves pérdidas económicas y dañará la imagen de Ban Store.

Dentro del marco legal, cooperamos con las autoridades y actuamos de forma amistosa y respetuosa. Por lo tanto, evitamos cualquier comportamiento que se considere corrupto a cualquier nivel del Estado. Nuestra política anticorrupción tiene normas claras sobre la forma de actuar o tomar medidas contra los funcionarios públicos.

Nos esforzamos por participar en el análisis y la comprensión de la ley por parte de la autoridad competente de la manera más respetuosa y dentro del espíritu de cooperación al desarrollo con el país en cuestión.

b) Integridad

Hacemos partícipes a nuestros proveedores de nuestro principio de integridad privada y, por tanto, les pedimos que exijan responsabilidad para no ofrecer remuneraciones o donaciones a nuestros empleados, adhiriéndose a nuestro Código de Conducta para proveedores y otros terceros.

Disponemos de una línea de retroalimentación en su sede como área para precisar sus comentarios, sugerencias y quejas en un ambiente de confidencialidad. Nos comprometemos a examinar a fondo cada caso y a trabajar en él. Este espacio está disponible antes, durante y

después de la relación cliente-cliente, en el entendimiento de que actuaremos con total imparcialidad y sin afectar a los intereses de las partes, en caso de que las quejas continúen.

4.7 Con el espíritu empresarial

a) Generación y mantenimiento del empleo.

Estamos comprometidos con el crecimiento económico y social de las comunidades donde están nuestras empresas dentro de la creación y mantenimiento de empleo digno y productivo.

Formamos a nuestros empleados. Como grupo, nos involucramos dentro de la formación de nuestro equipo y hacemos todo lo posible para cuidar las funciones de estos que desempeñen correctamente sus funciones y mantengan una actitud positiva.

(b) Comunicación externa

Estamos comprometidos con el evento de campañas para comercializar el fortalecimiento de los valores morales universales, aumentar la comprensión de aquellas unidades familiares, el estado físico y psicológico de los individuos, el respeto a los derechos universales de los jóvenes y el respeto a los discapacitados, los ancianos o cualquier etnia u otras condiciones sociales, etc.

Conocemos el impacto de nuestra publicidad, por lo que garantizamos que siempre seremos responsables y honestos, para no causar malentendidos sobre el valor, uso y atributos de los productos.

c) Medio ambiente, estamos comprometidos con la búsqueda permanente de formas de reducir la contaminación ambiental, por lo que realizamos una gestión precisa de los recursos.

CONCLUSIONES

Bajo las presuntas afectaciones que retrasaban la cadena logística se logró crear un manual logístico integral que le permitirá a la empresa Ban Store para optimizar sus procesos logísticos en el Ecuador. Esta compañía tiene más de 18 años funcionando, su éxito se da por la diversidad de productos que oferta, sin embargo, el éxito empresarial se consigue con la revisión y organización constante de los procesos o documentación de la cadena logística. Además se logró incentivar a todas las áreas del personal para que mantengan una constante comunicación, misma que permita mantener la relación de la mercancía que en existencia, mercancía entregada y de igual manera la mercancía en producción.

La recopilación de información de los procesos logísticos que realizan en la empresa Ban Store mediante metodología científica, para ello se realizaron entrevistas al gerente general de la empresa, quien coopero con información verídica y específica, manteniendo confidencialidad de los balances contables de la misma, manifestando que el rendimiento económico del 2020 fue del 80% a pesar de la crisis mundial del COVID-19, por ello, se concluye que Ban Store es reconocida a nivel local.

Se creó un manual logístico a través de un diagrama de flujo para que la empresa Ban Store optimice los procesos, para el crecimiento y mejoría en la satisfacción al cliente y en cumplimiento de las metas trazadas implementado a través del método de las 5s que ayudará a optimizar los procesos a través de nuevas formas de proceder, que aumentarán sus mejoras.

Se diseñó un manual de logística de la empresa Ban Store, con información básica y fundamental para los empleados de la misma, dentro de este, se creó un código de ética como propuesta de esta tesina y de gran utilidad para la empresa.

RECOMENDACIONES

Se recomienda trabajar con personal del campo logístico de Ban Store con el fin de reducir las debilidades y convertirlas en ventajas para el crecimiento empresarial. Se pretende que el personal logístico tenga a la mano el manual y entienda que es necesario crear distintas rutas de entrega más eficientes y de la misma manera introducir las pautas para mejorar el proceso y evitar retrasos en la entrega de mercadería a los involucrados en este proceso.

Al aplicar el modelo logístico propuesto a los servicios de entrega de mercancías, se puede esperar que los clientes sean atendidos de inmediato o tiempo acordado, por lo que es necesario mantener conversaciones periódicas con el personal de la zona. También se recomienda monitorear a los clientes de Ban Store, para comprender su nivel de satisfacción y garantizar el cumplimiento de las pautas establecidas en el manual de logística. Si la respuesta del cliente no es buena, proporcione comentarios a los empleados para mejorar la satisfacción del cliente.

Coordinar adecuadamente las actividades con otros departamentos y asignar los recursos humanos, materiales, técnicos y financieros necesarios para que estas actividades se puedan realizar de manera eficaz.

Realice inspecciones de rutina de la unidad de transporte de vez en cuando para mantener en las mejores condiciones y evitar daños que puedan causar pérdidas de tiempo o retrasos en el proceso.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS


- Acharya, S. (2017). Incoterms and its Application in Contract. *Verdict*, 47-50.
- Anzules, F. (2016). *Plan de negocios para las exportaciones de sombreros finos de paja toquilla elaborado por los artesanos del Sitio Pile del canton Montecristi*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Arias, F. (2011). METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN LAS CIENCIAS APLICADAS. *EFDeportes.com*, 157.
- Betún, C. (2017). *Exportacion de peces dorados congelados a Estados Unidos* . Quito: UDLA.
- Chaabani, S. (2016). *Estudio sobre el comportamiento migratorio y de reproducción del atún rojo del Atlántico oriental y del Mediterráneo (Thunnus thynnus) en el Mediterráneo occidental y central y en el Atlántico oriental*. España : Universidad de Alicante.
- Contreras, R. (2016). *Implementación de sistemas electrónicos de seguridad en embarcaciones de pesca artesanal en el Ecuador con financiamiento internacional*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Diaz, A. (2013). *América Latina y el Caribe : la propiedad intelectual después de los tratados de libre comercio*. Bogota: Política Científica y Tecnológica.
- Dorta, P. (2013). Transporte y Logística Internacional . *Universidad de Las Palmas de Gran Canaria* , 2-73.
- Eslava, A. (2016). Aspectos logísticos-comerciales en el transporte internacional de contenedores marítimos. *Revista de Logística*, 1-7.
- FAO. (2016). Obtenido de <http://www.fao.org/focus/s/fisheries/trade.htm>
- Flores, A. (2015). *LA EXPANSIÓN INTERNACIONAL DE LAS FRANQUICIAS MEXICANAS: FACTORES ORGANIZACIONALES Y AMBIENTALES QUE*

DETERMINAN SU GRADO DE INTERNACIONALIZACIÓN Y LA ELECCIÓN DEL PAÍS DE DESTINO. Mexico: Universidad Autonoma de Nueva Leon.


- Franco, S. (2020). *Análisis del fomento de las exportaciones en la provincia de Esmeraldas durante el AÑO 2017.* Esmeralda : PUCE.
- Garay, K. (2017, p. 17). *ANÁLISIS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA NORMA ISO 26000 DENTRO DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE CAMARÓN Y TILAPIA CULTIVADOS BAJO LA TÉCNICA DE ACUICULTURA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL .* Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Simbana, S. (2015). *Los en el país es una actividad que se va dando desde tiempos ancestrales debido a que la mayoría de las poblaciones costeras centran parte de su subsistencia y alimentación en productos de origen marino. Sin embargo, la industria pesquera en el Ecuador n.* Esmeralda : PUCESE.
- Tabango, S., & Arias, I. (2018). *Modelo de negocio para la producción, comercialización y exportación de dedos de pescado a través de la reutilización del recorte de tilapia a Perú.* Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Tinoco, R., & Morocho, M. (2019). *La investigación descriptiva en las preferencias de los consumidores de computadoras personales y equipos relacionados.* Machala: Universidad Técnica de Machala.
- Valdiviezo, L., & Zambrano, K. (2017). *Plan de negocios para la instalación de una planta de procesamiento de pesca blanca fresca y congelada, en el puente pesquero artesanal de la parroquia Santa Rosa, provincia de Santa Elena, para exportación.* Guayaquil: Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Administrativas.
- Vivar, A. c. (2015). *propuesta de un modelo de gestion para mejora de procesos logísticos . ups.edu, 1-16.*

ANEXOS

Anexo 1 Aviso de llegada

Shipper (托运人) FRANCA YIMHAI322000 YWU ZHEJIANG, CHINA TEL0086-18757856602		 LONG SAIL SHIPPING LINE S. A.		
Consignee (收货人) IAN STORE CACIQUE ALVAREZ Y AYACUCHO GUAYAQUIL ECUADOR - RUC.0106322048001		B/L NO 提单号 SZLSRC21045254 BILL OF LADING		
Notify Party (通知人) IMPORT & NAVIERA RUC.0993221719001 DIRECCION. LUIS URBANETA 1427 C. MORENO Y AV. DEL EMERSON		Shipped on Board from the Shipper hereinafter named the Goods or packages said to contain Goods hereinafter enumerated in pursuance of a general order and contract, unless otherwise indicated in this Bill of Lading, in full conformity with the scope of the voyage described herein, to be part of discharge or to have thereunto as the ship can safely and lawfully get and have always affixed at all stages and portions of water and weather, and there to be delivered or transhipped in accordance with the charges thereon. If the Goods or cargo or in part are stowed, lashed, dunnaged, secured or in any way secured, the Carrier shall have liberty to transfer them under the terms of this Bill of Lading on the next available ship of the line or at Carrier's option of any other line. It is agreed that the quantity and carriage of the Goods are subject to the following survey which shall govern the relations whatsoever they may be between the Shipper, Consignee, and the Carrier master and also in every circumstance whatsoever and otherwise occurring and also in the event of destruction or of unavailability of the ship at the time of loading or unloading of the cargo or subsequence and none of the terms of this Bill of Lading shall be deemed to have been waived by the carrier unless by express written agreement in a duly authorized agent of the Carrier. Terms of Bill of Lading mentioned on back hereof		
Vessel/Voy No. (船名/航次) SEASPAR BEYOND 2115E	Place of Receipt (收货地) QINGDAO, CHINA			Port of Loading (装货港) QINGDAO, CHINA
Part of Discharge (卸货地) GUAYAQUIL, ECUADOR	Place of Delivery (交货地) GUAYAQUIL, ECUADOR			First Destination for Merchants Reference (第一目的地) GUAYAQUIL, ECUADOR
Booked by (通知人) _____				
Mark & Numbers (唛头/箱号) N/M	No. & Kind of Packages (件数) SHIPPER'S LOAD COUNT & SEAL TWO (2-40 HQ) CONTAINERS STC PCL/PCL 2600 CARTONS CERAMIC PLATE **TEFL 0989866249	Description of Packages & Goods (货物描述) SHIPPERS LOAD COUNT & SEAL TWO (2-40 HQ) CONTAINERS STC PCL/PCL 2600 CARTONS CERAMIC PLATE **TEFL 0989866249	Gross Weight (毛重) 56000.000 KGS	Measurement (尺码) 69.200 CBM
CONTAINER/SEAL NO. HLBU287004/HLB10656617/40HQ/1 300 CARTONS/28000.000 KGS/34.600 CBM TCLU092910/HLB10656619/40HQ/1 300 CARTONS/28000.000 KGS/34.600 CBM				
SAY TWO (2-40 HQ) CONTAINERS ONLY				
In the case of shipments or other than liner berth terms, the provisions of Clause 31 of this Bill of Lading shall govern.				
Ocean Rates, Weights, Measurement & Charges (Subject to Correction) (运费/重量/尺码/杂费) FREIGHT COLLECT			Shipped on Board on (装货日期) APR 21, 2021	
Freight Payable at (运费付给地) _____			By ACCEPTING THIS BILL OF LADING the Merchant of the goods agree to be bound by all its stipulations, exceptions and conditions, whether written, printed or stamped on the front or back hereof, any local customs or privileges, to the contrary notwithstanding. By WITNESS HEREOF, the Master of the said ship has affixed to this Bill of Lading, all of this tenor and date, ONE of which being accomplished, the others to stand void. DATED ON 2021-04-21 AT _____	
For TRADE LOGISTICS (贸易物流) RUC.0993126898001 AV. DE LAS AMERICAS 510 SKY BUILDING 5 OFICINA 515 REFERENCIA 046049987 NOTIFICACIONES@FORTRADE.COM.BC			LONG SAIL SHIPPING LINE S. A. AS AGENT FOR THE CARRIER LONG SAIL SHIPPING LINE SA By _____	

Anexo 2 Factura Comercial

FACTURA COMERCIAL										
IMPORTADOR					EXPORTADOR					
BAN STORE CACIQUE ALVAREZ 236 Y AYACUCHO GUAYAQUIL ECUADOR RUC:010632248001 TEL:00593981584404					FRANCAR ADD:NO.201,UNIT3 BUILING 19,THE SECOND DISTRICT OF YINHAI 322000 YIWU, ZHEJIANG, CHINA TEL.:0086-18757856602 Fecha: 21/04/2021					
					Invoice number: FR20210421					
REF:	PRODUCT O产品	DESCRIPCIÓN描述	MATERIAL 材质	CAJAS件数	CANTIDAD 装箱	UNIDADES 总数	VOLUMEN (m³)体积	TODOS VOLUMEN (m³)总体积	peso (KG) 重量	PESO TOTAL(KG) NO. CONTENEDOR 总重量
LC-5001	PLATE	PLATE CERAMICA	CERAMICA	1300	72	93600	0,0286	34,580	21,538	27999,4 HLB09287004
LC-5001	PLATE	PLATE CERAMICA	CERAMICA	1300	72	93600	0,0286	34,580	21,538	27999,4 TCLU1092910
Tota.:				2600				09,18		55998,8
For and on behalf of Franche Imp&Exp Co., Limited 弗朗切进出口有限公司  Authorized Signatory(s)										

Anexo 3 Declaración Aduanera de Importación



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE IMPORTACION



Consulta de detalle de la declaración

Número de DAU	028-2021-10-00417321
---------------	----------------------

Información de general

Aduana	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	IMPORTACION A CONSUMO
Tipo de despacho	DESPACHO NORMAL	Número de despacho	
Tipo de pago	PAGO NORMAL	Fecha de Aceptación	26/05/2021 11:07:44

Información de Importador

Nombre	BAN STORE	Número de	RUC-0106322448001
Ciudad	GUAYAQUIL	Teléfono	042400207
Dirección	CACIQUE ALVAREZ Y C ROMERO AYACUCHO		
Ciiu	VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS		

Información del declarante

Apellidos / nombres	VALDIVIESO CAAMANO XAVIER ARMANDO	Número de	RUC-0907522792001
Código del declarante	01904469		
Dirección	CDLA LAS ACACIAS		

Información de carga

Pais de procedencia	CHINA	Codigo de endoso	SIN ENDOSE - DOC DE IDENTIDAD EN DOC DE
Beneficiario del giro	BAN'STORE	Numero de carga	CEC2021ONEU009990380001
Documento de transporte	SZLSEC21045254		

[Comun]

Valor en aduana

Fob	13104	Flete	12000
Seguro	131.04	Ajustes	0
Otros ajustes	0	Valor en aduana	25235.04
Items declarados	2	Peso neto (kilos)	56000
Cantidad de unidades físicas	2600	Cantidad de unidades comerciales	2600
Total en tributos	11648.5		

[Item]



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE IMPORTACION



Consulta de detalle de la declaración

Informacion de items

No.	Subpartida	Codigo complementario	Codigo suplementario	Descripcion	Pais de origen	Peso neto	Cantidad de unidades comerciales
1	6912000000	0000	0000	PLATE	CHINA	28000	1300
2	6912000000	0000	0000	PLATE	CHINA	28000	1300

[Autoliq. Total]

Valor en aduana

Fob total	13104	Flete total	12000
Seguro total	131.04	Valor de ajustes	0
Total de otros ajustes	0	Valor en aduana	25235.04
Total de tributo	11648.5		

Tributo de declaracion de importacion(comun)

Codigo de tributo	Monto de tributo	Valor de liberacion	Cantidad a pagar
01	7570.52	0	7570.52
03	0	0	0
04	126.18	0	126.18
05	0	0	0
07	3951.8	0	3951.8
08	0	0	0

[Autoliq. Por Item]

No. de	Arancel Advalore	Arancel Especifico	Antidumping	Fodinfra	ICE Advalore	ICE Especifico	IVA	Salvaguardia	Salvaguardia	Tasa
1	3785.26	0	0	63.09	0	0	1975.9	0	0	0
2	3785.26	0	0	63.09	0	0	1975.9	0	0	0

[Documentos]

Firma del Contribuyente

2 de hoja /3 total de hojas

Firma del Declarante



Consulta de detalle de la declaración

Numero de item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de emision	Fecha de fin
0	FR20210421	FACTURA COMERCIAL	21/04/2021	31/12/2021
0	02820211000417321	DECLARACION ANDINA DE VALOR DAV	26/05/2021	26/05/2021
1	16909570202100000007P	DOCUMENTO DE CONTROL PREVIO	21/05/2021	31/12/2021
2	16909570202100000007P	DOCUMENTO DE CONTROL PREVIO	21/05/2021	31/12/2021

[Valor]

Items

Numero de valor	Numero de factura	Fecha de factura	Nombre / razonsocial	Valor en factura	Naturaleza de la transaccion	Condicion de entrega
1	FR20210421	21/04/2021	FRANCAR	13104	COMPRA/VENTA A PRECIO FIRME, PARA SU EXP. AL PAIS	FOB

Anexo 4 Liquidación



Fecha: 05/26/2021

Liquidación

CONTRIBUYENTE:

Numero de la liquidación	41757035	Tipo de Identificación	RUC	Número de Identificación	01063632248001
Nombre o Razón Social	BANSTORE	Ciudad	GUAYAQUIL	TELEFONO	042400207
Dirección	CACIQUE ALVAREZ Y C ROMERO AYACUCHO				

LIQUIDACION ADUANERA:

CONCEPTO		Liquidación de Aduana	Valor liberado	Valor a Pagar	Valor Garantizado	Diferencia a pagar no garantizada
A.	Derechos arancelarios					
	ARANCEL ADVALOREM	7,570.520	0	7,570.520		
	ARANCEL ESPECIFICO	0	0	0		
	ANTIDUMPING	0	0	0		
B.	Impuestos					
	FONDINFA	126.180	0	126.180		
	ICE ADVALOREM	0	0	0		
	ICE ESPECIFICO	0	0	0		
	IVA	3,951.800	0	3,951.800		
C.	Tasas					
	Tasa de Vigilancia Aduanera	0	0	0		
D.	Recargos Arancelarios					
	SALVAGUARDIA	0	0	0		

	SALVAGUARDIA ESPECIFICA	0	0	0		
E.	Intereses					
F.	Multas					
G.	Otros					
	TOTAL:	11,648.500	0	11,648.500	0	11,648.500
Fecha/Hora de liquidación		26/05/2021	Fecha máxima de pago	28/05/2021	Banco	
Numero de Garantía			Valor liquidado	11,648.500		
Motivo Liquidación						

Observación:

--

Observación de Anulación:

--

Anexo 5 Factura de bodegaje



INARPI S.A.

INARPI S.A.

Matriz: Isla Trinitaria AV. Los Angeles 51 ava. Sur Oeste s/n Solar 1-5 y Calle Cuarta PBX: 593(4)3715400 Guayaquil - Ecuador

Sucursal: Isla Trinitaria AV. Los Angeles 51 ava. Sur Oeste s/n Solar 1-5 y Calle Cuarta PBX: 593(4)3715400 Guayaquil - Ecuador

Contribuyente Especial Nro. 1305

Obligado a llevar contabilidad: SI

Número de Referencia: 51303604

Factura N° 001 - 051 - 000303604

RUC: 0992247932001

Número de Autorización

0706202101099224793200120010510003036045332852010

Fecha y hora de Autorización

07/06/2021T09:28:33:000+00:00

Ambiente

Producción

Tipo de Emisión

Normal

Clave de Acceso

0706202101099224793200120010510003036045332852010



Razón Social/Nombres y Apellidos: BANSTORE	Fecha de Emisión 07/06/2021
RUC: 0106322448001	Guía de Remisión DOLAR

Códigos	Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Descuento	Total
721	Manipuleo Interno Impo Contenedor 40'	2.000000	33.350000	0.00	66.70
907	Aforo de Contenedores	2.000000	102.560000	0.00	205.12
989	Desinfección de Contenedores	2.000000	6.360000	0.00	12.72
214	Almacenaje Contenedor 40	32.000000	29.940000	0.00	958.08
807	Despacho contenedor de 40'	2.000000	55.960000	0.00	111.92
909	Pesaje de Contenedor	2.000000	43.070000	0.00	86.14
908	Sello de Importación	2.000000	10.340000	0.00	20.68
906	Sello / Precinto Aforo	2.000000	10.340000	0.00	20.68

Información Adicional

Buque: SEASPAN BEYOND
 Fecha a Facturar: 07/06/2021
 Forma de Pago: CONTADO
 Número de Dress: (2021-91204) (2021-91290)
 Retirado: 0913907879 JUAN REINALDO BARAHONA CARLIER
 Emitido Por: JUAN REINALDO BARAHONA CARLIER
 Son: Mil seiscientos cincuenta y nueve dólares con 88/100 cts.
 Observaciones: CONTADO DAI 02820211000417321
 Número de Contenedor: TCLU1092910 HLBUE287004

SUBTOTAL 12%	1,482.04
SUBTOTAL 0%	0.00
SUBTOTAL Exento de IVA	0.00
SUBTOTAL SIN IMPUESTOS	1,482.04
DESCUENTO	0.00
IVA 12%	177.84
PROPINA	0.00
VALOR TOTAL	1,659.88

Forma de Pago	Valor	Plazo	Tiempo
OTROS CON UTILIZACION DEL SISTEMA FINANCIERO	1,659.88	0.00	DIAS

Anexo 6 Turno de salida



Estimado Usuario:

Usted ha realizado una Reserva # 52150 el 2021-07-03 13:00:00, asociado al Contenedor: EGHU9100298

Esta Notificación NO le sirve para ser atendido por el Depósito. Una vez cancelado el valor de la Reserva (\$ 33.00 + IVA) a través de los canales establecidos, Ud. podrá imprimir su TURNO y acercarse al depósito.

Para retenciones, considerar que TASESA C.A. ES CONTRIBUYENTE ESPECIAL; enviar el documento a la cuenta retenciones@tasesa.com.

Servicio E-Pagos ó Ecuador Desk:	<ul style="list-style-type: none">• Sin Papeleta de Depósito• Sin Confirmación de PAGO• Solo debe presentar su Número de Reserva en la ventanilla del Banco indicando que va a cancelarla a nombre de E-PAGOS
Depósito Bancario:	<ul style="list-style-type: none">• Debe llenar papeleta de depósito• Después de hacer el Pago, debe notificar el Número del Comprobante en la Opción de Turnos de la página de e-Pagos (http://e-Pagos.services)
Transferencias del mismo Banco:	<ul style="list-style-type: none">• Este tipo de Pago se hace efectivo después de 1 hora aproximadamente y hasta entonces NO se aplicará el Pago.• Debe adjuntar el comprobante de Transferencia en la Opción de Turnos de la página de e-Pagos (http://e-Pagos.services)
Transferencias Interbancarias:	<ul style="list-style-type: none">• Estas transferencias se reflejan después de 12 o 24 horas, depende de su Banco, y hasta entonces NO se aplicará el Pago.• Debe adjuntar el comprobante de Transferencia en la Opción de Turnos de la página de e-Pagos (http://e-Pagos.services)
BANCO DE GUAYAQUIL	<ul style="list-style-type: none">• Cuenta Corriente No.: 43511432• Talleres y Servicios TASESA C.A.• RUC: 0990575053001

Recordar que si Usted no cancela/paga esta RESERVA hasta 2 horas antes (11:00:00), se eliminará automáticamente y deberá comenzar el proceso nuevamente.

Cualquier duda con los PAGOS póngase en contacto al número 3716870 ext. 500 - 502, de 8:30 a 19:00, o al celular Operadora Claro No. 0989165309 en horario 24/7, dudas operativas a través del correo electrónico de nuestro equipo.

NO IMPRIMIR - Documento no válido para la atención

Anexo 7 Turno de Devolución





Estimado Usuario:
Usted tiene el TURNO # 52150

Depósito	TASESA 1
Tipo de Orden	IMPORT
Linea naviera	EVERGREEN
Contenedor	EGHU9100298
Tipo ctner	40HC
Fecha	2021-07-03
Hora	13:00:00
Transportista	TRANSPUGUASA
Conductor	JONATHAN CONTRERAS
Placa	TBZ0452

TURNO



Podrá acercarse a TASESA 1 para la atención desde las 12:30:00 hasta las 14:30:00 horas del 2021-07-03.

Si NO va a llegar a tiempo, UD. puede cambiar el horario de este turno hasta una hora antes, 12:00:00, sin costo alguno.

En caso de perder este turno por no llegar en el tiempo establecido el VALOR del turno NO será reembolsado y deberá comenzar el proceso de RESERVA nuevamente.

Anexo 8 Flete Factura

Por la cancelación de los siguientes conceptos:

DESCRIPCIÓN:	BL:	PUERTO:	USD:
OCEAN FREIGHT PSS THC GASTOS EXW	SZLSEC21045254	LIANYUNGANG	\$12.200.00 \$ 360.00 \$ 390.00 \$ 3.000.00
SON: QUINCE MIL NOVECIENTOS CINCUENTA CON 00/100 ----- DOLARES			TOTAL: \$15.950,00

PAGO AL CONTADO

RECIBI CONFORME

FECHA: 20/05/2021

RECIBO DE CAJA:
001-001-000000253

FLETE

CLIENTE: BAN'STORE
RUC: 010632248001
DIRECCIÓN: GUAYAS / GUAYAQUIL / TARQUI / AGUSTIN FREIRE 0 Y HNO MIGUEL
REFERENCIA: -
TIPO: IMPORTACION
ORDEN: IEC-21051
NAVE / VIAJE: SEASPAN BEYOND 2115E
CONTENEDOR: -

Anexo 9 Gastos Administrativos

FACTURA

No.001-001-000000278

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Número de Autorización:

2005202101099322171600120010010000002781855314417

Fecha y hora de Autorización:

20/05/2021 14:25:29

Ambiente: PRODUCCION

Emisión: NORMAL

Clave de Acceso:



2005202101099322171600120010010000002781855314417

Razón Social: BANSTORE

RUC/CI: 0922458641001

Dirección: GUAYAS / GUAYAQUIL / TARQUI / AGUSTIN FREIRE 0 Y HNO MIGUEL

Teléfono:

Fecha Emisión: 20/05/2021

E-MAIL: WALVARADOG@ULVR

Código Principal	Cantidad	Descripción	Detalles Adicionales	Precio Unitario	Descuento	Total
0017	2.00	GASTOS PORTUARIOS		350.00	\$0.00	\$700.00
0015	1.00	ISD		797.50	\$0.00	\$797.50
0025	2.00	SERVICIO EXON. DE GARANTIA		35.00	\$0.00	\$70.00
0016	1.00	VISTO BUENO		90.00	\$0.00	\$90.00

Información Adicional			
Descripción	21051		
Formas de pago			
Otros con Utilización del Sistema Financiero	\$1,856.40	30 días	

Subtotal Sin Impuestos:	\$1,657.50
Subtotal 12%:	\$1,657.50
Subtotal 0%:	\$0.00
Subtotal No Objeto IVA:	\$0.00
Descuentos:	\$0.00
ICE:	\$0.00
IVA 12%:	\$198.90
Servicio %:	\$0.00
Valor Total:	\$1,856.40

Observaciones:

Formas de pago:

- Cheque Certificado a nombre de NAVIERA

Nota:

LORTI Art. 50.- Obligaciones de los agentes de retención: Los agentes de retención están obligados a entregar el respectivo comprobante de retención, dentro del término no mayor a cinco días de recibido el comprobante de venta a las personas a quienes deben efectuar la retención.

Anexo 10 Encuestas

Encuesta sobre procesos de Logística de Ban Store

1.- ¿Cómo calificaría el nivel de eficiencia en cuanto a la logística que desarrolla la empresa?

- A). Muy Eficiente
- B) Normalmente eficiente
- C) Poco Eficiente
- D) Nada Eficiente

Relacionadas a la logística y su influencia en los costos de la empresa:

2.- ¿La empresa posee transporte propio para efectuar el proceso de distribución?

- Si
- No

3.- ¿El contar con transporte propio o contratar servicio, qué nivel de impacto tiene en los costos de distribución de mercadería?

- A) Impacto alto
- B) Impacto medio
- C) Impacto Bajo

4.- ¿Qué incidencia tiene los costos en la cadena logística actualmente?

- A) 15%
- B) 25%
- C) 50%
- D) 75%
- E) 100%

5.- ¿Qué dificultades se presentan en la cadena logística (Actividades Primarias) actualmente?

- A) Carencia de Inversión
- B) Recursos Financieros limitados y escasos
- C) Problemas en la gestión de aprovisionamientos
- D) Carencia del espacio físico del almacén y bodega
- E) Desconocimiento en tiempo real de las existencias o inventarios
- F) Posibilidad de errores en la introducción de datos

Relacionadas al modelo logístico, las actividades, operaciones y posibles sugerencias de mejora:

6.- ¿Qué aspectos considera usted que deben ser tomados en cuenta, para integrar un modelo de logística?

- A) Transporte
- B) Almacenaje.
- C) Ventas.
- D) Servicio
- E) Operación.

Encuesta A clientes sobre satisfacción de servicio de Ban Store

1. ¿Cuán satisfecho está usted con el tiempo de entrega de la empresa Ban Store?

- A) Muy satisfecho
- B) Satisfecho
- C) Poco Satisfecho
- D) Nada Satisfecho

2. ¿Cómo recibió usted el paquete enviado por parte de la empresa Ban Store?

- A) En perfecto estado
- B) Con pocos defectos
- C) Estaba mal envuelto
- D) En pésimas condiciones

3. ¿Cómo considera usted que esta manejada la carga por parte de logística de la empresa Ban Store?

- A) Excelentemente manejada
- B) Bien manejada
- C) Un poco mal manejada
- D) En pésimas condiciones

4. ¿Al momento de recibir su paquete, en qué condiciones se encontraba el embalaje?

- A) Excelentes condiciones
- B) Buenas condiciones
- C) Malas condiciones
- D) En pésimas condiciones

5. ¿Nos recomendaría para que otras personas usen nuestro servicio de paquetería?

- A) SI
- B) NO
- C) NOSE