

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



UNIDAD DE POSTGRADOS

“OPERADORES LOGISTICOS CALIFICADOS PARA EL TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN DE NUTRACÉUTICOS, EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL”

Para obtener el Grado de:

**Magíster en Administración de Empresas
Mención: Logística y Transporte**

Tesis de maestría presentada por

Eco. Cristina Vanessa Villegas Cueva
Eco. María Cristina Bunces Aguirre

Tutor de tesis:

Ing. Alemán Herrera, MBA.

Guayaquil, septiembre 2016

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIAS Y TECNOLOGÍA		
FICHA DE REGISTRO DE TRABAJO DE TITULACIÓN ESPECIAL		
TÍTULO “OPERADORES LOGISTICOS CALIFICADOS PARA EL TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN DE NUTRACÉUTICOS, EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL ”		
		REVISORES:
INSTITUCIÓN:	Universidad de Guayaquil	FACULTAD: Ciencias Administrativas
CARRERA:		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	N° DE PÁGS.: 129	
SEPTIEMBRE 2016		
ÁREA TEMÁTICA: LOGÍSTICA Y TRANSPORTE		
PALABRAS CLAVES: NUTRACÉUTICOS, LOGÍSTICA, Y OPERADORES LOGÍSTICOS		
RESUMEN:		
N° DE REGISTRO(en base de datos):	N° DE CLASIFICACIÓN:	
	N°	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF	<input type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
CONTACTO CON AUTOR:	Teléfono:	E-mail:
CONTACTO DE LA INSTITUCIÓN	Nombre:	
	Teléfono:	



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Facultad de Ciencias Administrativas



CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

Habiendo sido nombrado tutor de tesis de grado, como requisito para optar por el título de Magister en Administración de Empresa con mención en Marketing, presentado por el egresado:

MARÍA CRISTINA BUNCES AGUIRRE con C.I. 0920193240
CRISTINA VANESSA VILLEGAS CUEVA con C.I. 0922671557

Tema: "OPERADORES LOGISTICOS CALIFICADOS PARA EL TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN DE NUTRACÉUTICOS, EN LA PROVINCIA DEL GUAYAS, CANTÓN GUAYAQUIL".

Certifico que he revisado y aprobado su estructura metodología del trabajo de investigación siendo la adecuada y cumple con los requisitos que determina la investigación científica, que constituye un aporte a la investigación sobre Marketing y está acorde en los parámetros adecuados en sus conclusiones y recomendaciones por lo tanto encontrándose aptos para su sustentación

Certifico que he revisado y aprobado en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

Ing. Luis Aleman Herrera Lozano MSc.
Registro Senescyt # 1006-13-86040147



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Facultad de Ciencias Administrativas



CERTIFICACION DE ANTI-PLAGIO URKUND



Este informe es un resultado de un análisis de similitud de documentos realizado por el sistema de detección de plagio URKUND. El sistema de detección de plagio URKUND es un software que permite detectar similitudes entre documentos. Este informe muestra los resultados de la búsqueda de similitudes en el documento que se ingresó al sistema. Los resultados se muestran en un formato de tabla, donde se detallan los documentos encontrados y el porcentaje de similitud con el documento original. Este informe es un resultado de un análisis de similitud de documentos realizado por el sistema de detección de plagio URKUND. El sistema de detección de plagio URKUND es un software que permite detectar similitudes entre documentos. Este informe muestra los resultados de la búsqueda de similitudes en el documento que se ingresó al sistema. Los resultados se muestran en un formato de tabla, donde se detallan los documentos encontrados y el porcentaje de similitud con el documento original.

Ing. Luis Alemán-Herrera Lozano MSc.
Registro Senescyt # 1006-13-86040147

Guayaquil, septiembre 2016

DECLARACIÓN

Nosotras, Cristina Vanessa Villegas Cueva y María Cristina Bunces Aguirre declaramos bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de nuestra autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que hemos consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La reproducción total o parcial de este libro en forma idéntica o modificada, escrita a máquina o por el sistema "multigraph", mimeógrafo, impreso, etc., no autorizada por los editores, viola derechos reservados.

Cualquier utilización debe ser previamente solicitada.

2015 Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad de Guayaquil.

Derechos Reservados del Autor

Eco. Cristina Vanessa Villegas Cueva

Eco. María Cristina Bunces Aguirre

DEDICATORIA

Dedicamos a este trabajo al Ser Supremo, a nuestros esposos, hijos y padres

Eco. Cristina Vanessa Villegas Cueva

Eco. María Cristina Bunces Aguirre

AGRADECIMIENTO

Al Ser Supremo que nos ha permitido concluir una etapa más de nuestros estudios profesionales, Señor Jesús, este trabajo es tuyo.

A nuestros amados esposos: Alexi Cantos y Roberto Agreda quienes nos brindaron el apoyo incondicional para terminar con éxito esta tesis, decirles gracias no alcanza para expresar nuestros sentimientos por ustedes.

A nuestros bebés, Adrián, Bárbara, Milena y Natalia a quienes les quitamos un poco de tiempo para brindarles un futuro mejor. Ustedes son nuestra más grande motivación. Los amamos bebés.

A Nuestros padres Rene, Mérida, Gregorio y Narcisa quienes nos enseñaron desde pequeñas a luchar para alcanzar nuestras metas. Este triunfo es el de ustedes, gracias por estar siempre a nuestro lado luchando sin desmayar.

A Johanna Lavanda, amiga gracias por compartir tus conocimientos con nosotras y por prestarnos tu tiempo.

A Arístides, Victoria y Anita por ayudarnos con el cuidado de nuestros hijos para poder concentrarnos y culminar a tiempo esta tesis.

A nuestro gran amigo y Jefe Ing. Renato Carlo junto a sus hijas Alison y Cynthia, quienes nos brindaron todo su apoyo y comprensión. ¡Gracias!

Al Ing. Alemán Herrera, nuestro tutor, por su asesoría y motivación.

Y a todos los que en algún momento nos ayudaron, asesoraron o simplemente nos apoyaron moralmente, este triunfo también es de ustedes, gracias.

Eco. Cristina Vanessa Villegas Cueva

Eco. María Cristina Bunces Aguirre

RESUMEN EJECUTIVO

La alimentación en todos sus aspectos conceptuales ha sufrido significantes modificaciones durante los últimos años. Las nuevas exigencias de salud y los cambios en el comportamiento de la sociedad con menos tiempo para preparar y consumir alimentos de calidad han originado la aparición de alimentos funcionales y nutraceuticos, las que complementan sus grandes funciones nutritivas generales con propiedades específicas para el mantenimiento de la salud.

Los alimentos nutraceuticos son alimentos o parte de ellos que nos proporcionan beneficios para la salud, incluyendo el tratamiento de enfermedades y/o prevención de las mismas. Son productos de origen natural con propiedades biológicas activas que además de cumplir con su función nutritiva básica, tiene además la capacidad de cumplir función terapéutica.

Uno de los aspectos más importantes es mantener la calidad del producto desde sus orígenes, y hasta el transporte al distribuidor, mediante operadores logísticos que cumplan los requerimientos mínimos de temperatura y humedad.

El estudio revelo que a pesar de que se cumplen ciertos parámetros para mantener la calidad de los productos nutraceuticos, es necesario que los operadores logísticos adecuen las unidades que transportan estos productos de acuerdo a las normativas en materia de logística que próximamente se incorporaran como obligatorias para el sector que quiera trabajar con productos alimenticios, nutraceuticos y farmacéuticos.

Palabras claves: Logística, nutraceuticos, operadores logísticos

ABSTRACT

Feeding in its conceptual aspects has suffered significant modifications in recent years. The new health demands and social behaviors with less time to prepare and consume quality food have resulted in the emergence of functional foods and nutraceuticals, which apart from its large general nutritional functions, show certain properties for health maintenance.

Nutraceutical foods are foods or parts of them that provide us with health benefits, including disease treatment and/or their prevention. They are natural products with active biological properties that besides fulfilling their function of basic nutrition, they also have the capacity to fulfill a therapeutic function.

One of the most important aspects to keep is the quality of the product from its origins, and until the transportation to the distributor, through logistics operator that accomplish the minimum requirements of temperature and humidity.

The study reveal that even though certain parameters are completed to maintain the quality of the nutraceutic products, it's necessary that the logistic operators improved the units that transport these products according to the logistic normative that soon will be included as obligatory for the sector that wants to work with food, nutraceuticals and pharmaceutical products..

Keywords: Logistics, nutraceuticals, Logistics Operators

INDICE

REPOSITORIO	II
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	III
CERTIFICADO ANTI PLAGIO	IV
DECLARACIÓN	V
DEDICATORIA.....	VI
AGRADECIMIENTO	VII
RESUMEN EJECUTIVO	VIII
ABSTRACT	IX
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	2
1. EL PROBLEMA	2
1.1. ANTECEDENTES.	2
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
1.3. FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.3.1. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA.....	6
1.4. OBJETIVOS	6
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	6
1.4.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS	6
1.5. PREGUNTA CIENTÍFICA	7
1.6. JUSTIFICACIÓN	7
1.6.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA	7
1.6.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA	8

1.6.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA.....	8
CAPÍTULO II.....	10
2. MARCO DE REFERENCIA	10
2.1. MARCO TEÓRICO.....	10
2.1.1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO	10
2.1.2. LOGÍSTICA.....	11
2.1.2.1. ACTIVIDADES CLAVES DE LA LOGÍSTICA EMPRESARIAL	15
2.1.2.2. TIPOS DE LOGÍSTICA	15
2.1.2.3. OBJETIVOS DE LA LOGÍSTICA.....	17
2.1.2.4. IMPORTANCIA DE LA LOGÍSTICA	18
2.1.2.5. SISTEMA LOGÍSTICO	19
2.1.2.6. CONTROL DE INVENTARIOS	21
2.1.3. LOGÍSTICA DE TRANSPORTE.....	22
2.1.3.1. IMPORTANCIA DEL SISTEMA DE TRANSPORTE	23
2.1.4. OPERADORES LOGÍSTICOS	24
2.1.5. LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN.....	28
2.1.5.1. LA DISTRIBUCIÓN Y EL CLIENTE.....	29
2.1.6. NUTRACÉUTICOS	32
2.2. MARCO CONCEPTUAL	34
2.3. MARCO LEGAL.....	42
CAPÍTULO III	64
3. MARCO METODOLÓGICO	64
3.1. MODALIDADES DE INVESTIGACIÓN	64
3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN	64

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN.....	65
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	65
3.5. TABULACIÓN, ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y	
PRESENTACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS EN LA INVESTIGACIÓN..	67
3.6. COMPROBACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA.....	100
CAPÍTULO IV	102
4. LA PROPUESTA.....	102
4.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA	102
4.2. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA	102
4.3. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA	103
OBJETIVO GENERAL	103
4.4. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	104
4.5. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	105
4.6. IMPACTO DE LA PROPUESTA	117
CONCLUSIONES	119
RECOMENDACIONES.....	120
BIBLIOGRAFIA	121
ANEXOS	121

INDICE DE FIGURA

Figura 1. Cálculo de la Muestra	66
Figura 2. Comprobación de la Pregunta Científica	101
Figura 3. Proceso de Despacho	107
Figura 4. Proceso de Despacho	110
Figura 5. Proceso de Parámetros de Seguridad	112

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estructura de la Ocupación de la Población Económicamente Activa	3
Tabla 2. Resumen de Encuestas	69
Tabla 3. La empresa dispone de un equipo empresarial capaz, creativo y con espíritu emprendedor	70
Tabla 4. La empresa posee un recurso humano motivado, profesionalmente preparado y poseedor de un consolidado capital intelectual	72
Tabla 5. La empresa cuenta con una estructura organizacional flexible que le permita adaptarse a los cambios del entorno interno y externo.....	74
Tabla 6. La empresa cuenta con el capital suficiente para emprender procesos de mejora y crecimiento	76
Tabla 7. La empresa cuenta con infraestructura física básica adecuada a las necesidades del manejo de productos farmacéuticos.	78
Tabla 8. La empresa posee infraestructura complementaria que permite satisfacer necesidades de los productos objeto de estudio.	80
Tabla 9. El proceso de prestación de servicios de la empresa es coherente con los objetivos organizacionales, la misión, visión establecidos por la misma.....	82
Tabla 10. La empresa tiene identificados los procesos claves y de apoyo que componen la cadena de valor	84
Tabla 11. La empresa dispone de información sobre el desempeño de sus procesos clave y de apoyo.	86
Tabla 12. La empresa cuenta con herramientas y metodologías para determinar si la oferta de servicios que brinda está de acuerdo a la demanda y tendencias del mercado.	88

Tabla 13. La empresa promueve el desarrollo e innovación en los servicios que ofrece.	90
Tabla 14. La empresa conoce las necesidades y prioridades que el cliente requiere atendiendo posibles acciones de mejora en función de éstas.	92
Tabla 15. La empresa proporciona a sus clientes además de la que necesita otros beneficios o servicios postventa.	94
Tabla 16. La empresa conoce cómo son evaluados por sus clientes los servicios que ofrece.	96
Tabla 17. La empresa se evalúa constantemente con el objeto de identificar los factores que debe mejorar para incrementar el nivel de satisfacción al cliente y la penetración en el mercado.	98
Tabla 18. Comprobación de la Pregunta Científica.....	100

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. La empresa dispone de un equipo empresarial capaz, creativo y con espíritu emprendedor	71
Gráfico 2. La empresa posee un recurso humano motivado, profesionalmente preparado y poseedor de un consolidado capital intelectual	73
Gráfico 3. La empresa cuenta con una estructura organizacional flexible que le permita adaptarse a los cambios del entorno interno y externo.....	75
Gráfico 4. La empresa cuenta con el capital suficiente para emprender procesos de mejora y crecimiento	77
Gráfico 5. La empresa cuenta con infraestructura física básica adecuada a las necesidades del manejo de productos farmacéuticos	79
Gráfico 6. La empresa posee infraestructura complementaria que permite satisfacer necesidades de los productos objeto de estudio	81
Gráfico 7. El proceso de prestación de servicios de la empresa es coherente con los objetivos organizacionales, la misión, visión establecidos por la misma.....	83
Gráfico 8. La empresa tiene identificados los procesos claves (procesos implicados en la creación del producto o servicio) y de apoyo (sustentan los procesos clave, proporcionan insumos, tecnología, recurso humano) que componen la cadena de valor	85
Gráfico 9. La empresa dispone de información sobre el desempeño de sus procesos clave y de apoyo	87
Gráfico 10. La empresa cuenta con herramientas y metodologías para determinar si la oferta de servicios que brinda está de acuerdo a la demanda y tendencias del mercado	89

Gráfico 11. La empresa promueve el desarrollo e innovación en los servicios que ofrece	91
Gráfico 12. La empresa conoce las necesidades y prioridades que el cliente requiere atendiendo posibles acciones de mejora en función de éstas	93
Gráfico 13. La empresa proporciona a sus clientes además de la que necesita otros beneficios o servicios postventa	95
Gráfico 14. La empresa conoce cómo son evaluados por sus clientes los servicios que ofrece	97
Gráfico 15. La empresa se evalúa constantemente con el objeto de identificar los factores que debe mejorar para incrementar el nivel de satisfacción al cliente y la penetración en el mercado	99

INTRODUCCIÓN

Hoy en día a nivel mundial la correcta gestión de la cadena de suministro son consideradas medidas primordiales para mejorar la competitividad de cualquier industria, las empresas ecuatorianas también se acogen a esta tendencia dado que actualmente el sector logístico y las actividades que lo integran se han expandido notoriamente a tal punto que muchas empresas nacionales han decidido subcontratar este servicio a compañías especializadas en el tema con el objetivo principal de reducir sus costos de operación, mejorar la satisfacción del cliente y permitirles obtener ventajas competitivas que les permitan diferenciarse en el actual mercado en el que se desarrollan.

Un operador logístico puede ser una persona natural o jurídica que se responsabilice de las actividades de: recepción de mercaderías, almacenamiento, gestión de inventarios, transporte, distribución física, entre otras actividades. De tal forma que la logística y la gestión de la cadena de suministro son funciones integradoras y coordinadoras de las operaciones y recursos relacionados con el flujo de aprovisionamiento, producción y distribución física de los productos, la gestión eficaz de esta área y su mejora continua tiene un efecto directo en la calidad del servicio.

El presente proyecto tiene como finalidad analizar la situación actual de los operadores logísticos de la ciudad de Guayaquil e identificar cuál de ellos cumple con los requerimientos necesarios para el transporte y distribución de Nutracéuticos, consciente de los parámetros requeridos para mantener la calidad del producto desde la fábrica hasta el distribuidor.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. ANTECEDENTES.

Según (Ballou, Administración de la cadena de suministro, 2004):

“La logística posee actividades claves y de apoyo, las cuales varían de una empresa a otra, dependiendo de la estructura organizacional de cada una, la administración respecto de lo que constituye la cadena de suministros para su negocio y de la importancia de las actividades individuales para sus operaciones. Por lo general un sistema típico de logística se encuentra conformado por servicio al cliente, pronóstico de la demanda, comunicaciones de distribución, control de inventarios, manejo de materiales, procesamiento de pedidos, apoyo de partes y servicio, selección de ubicación de las fábricas y almacenamiento, compras, embalaje, manejo de bienes devueltos, desechos y desperdicios, tráfico y transporte, almacenamiento y provisión.”

El transporte es uno de los ejes fundamentales del Producto Interno Bruto del Ecuador, según él (Banco Central del Ecuador, 2016) menciona que

“está dentro de las actividades económicas que presentaron una variación positiva entre el tercer trimestre de 2015 e igual período del año anterior fueron: Refinación de Petróleo, 97.6%; Acuicultura y pesca de camarón, 14.7%; Suministro de electricidad y agua, 4.7%; Actividades profesionales, técnicas y administrativas, 4.6%; Agricultura, 2.6%; Manufactura (sin refinación petróleo), 1.2%; y Transporte, 1.1%, entre las principales”.

Por otro lado, también como se muestra en la Tabla 1 se evidencia que el 7.1% de la población ecuatoriana económicamente activa esta empleada en la rama de Transporte y Almacenamiento, lo que indica que se evidencia que hay un crecimiento potencial del segmento de transporte y que ha venido cobrando importancia dentro del proceso de distribución de los productos, esto se da gracias a que el consumidor actual es más exigente y le gusta que sus compras sean rápidas, efectivas e inmediatas, además considera que debe tener una nutrición saludable y prioriza el consumo de productos de índole natural como es el caso de los Nutraceuticos porque está comprometido con la prevención de enfermedades.

Tabla 1. Estructura de la Ocupación de la Población Económicamente

Activa

RAMA DE ACTIVIDAD

(Porcentajes)

	Dic. 2013	Dic. 2014
RAMAS DE ACTIVIDAD	Área urbana	
Administración pública, defensa y seguridad social	4,9	5,4
Transporte y almacenamiento	6,8	7,1
Construcción	8,1	7,6
Enseñanza	6,6	5,7
Actividades de alojamiento y servicios de comida	6,8	6,8
Agricultura, ganadería caza y silvicultura y pesca	7,1	8,2
Industrias manufactureras	13,3	12,5
Comercio, reparación vehículos	23,4	24,3
Explotación de minas y canteras	0,7	0,8
Suministros de electricidad, gas, aire acondicionado	0,4	0,4
Actividades financieras y de seguros	1,5	1,3
Actividades en hogares privados con servicio doméstico	3,6	3,8
Otros servicios	16,8	16,1
Total Ocupados	100,0	100,0

Fuente: (ENEMDU, 2014)

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Las empresas de consumo masivo sobre todo en ciudades más grandes como es el caso de Guayaquil, se han visto obligadas a evolucionar conforme la tecnología para ser competitivas debido a que el entorno está en un cambio continuo. Por lo cual en muchos de los casos para ser exitosas subcontratan operadores logísticos que se encarguen de la distribución al consumidor final puesto que este proceso logístico puede requerir inversiones económicas elevadas y es más rentable contratar con un tercero que se especializa en este tema; cuando una empresa sabe que está en juego su marca y la satisfacción de sus compradores siempre analiza qué operador logístico es la mejor opción para transportar y distribuir su producto basándose en verificar si posee los requerimientos y normas técnicas mínimas que no afecten las condiciones de almacenamiento priorizando la variable del tiempo con el objetivo de tener abastecimiento en los puntos de contacto con el cliente final.

Según (Ballou, Administración de la cadena de suministro, 2004):

“Un producto o un servicio tienen valor agregado si está disponible para los clientes en el momento y el lugar en que ellos desean consumirlo. Cuando una empresa incurre en el costo de mover el producto hacia el consumidor o de tener un inventario disponible de manera oportuna, ha creado un valor para el cliente que antes no tenía. Por lo general se reconoce que el negocio crea cuatro tipos de valor en los productos o en los bienes, estos son: forma, tiempo, lugar y posesión. La logística crea dos de estos cuatro valores mencionados: el tiempo y el lugar, principalmente mediante el transporte, el flujo de información y los inventarios (pág. 18)”.

Entonces la logística y transporte se convierte en un valor agregado y un factor clave puesto que incide directamente con las ventas que son los ejes de ingresos de cualquier empresa.

En el caso específico cuando el producto es un Nutracéuticos que según (Carper, 2008) son:

“Los alimentos Nutracéuticos son alimentos o parte de un alimento que proporciona beneficios médicos o para la salud, incluyendo la prevención y/o el tratamiento de enfermedades juntamente con capacidad terapéutica definida, a parte de su papel nutritivo básico desde el punto de vista material y energético; también son productos de origen natural con propiedades biológicas activas. El mundo de los Nutracéuticos es el mundo de los medicamentos de origen natural” (pág. 444).

Por lo tanto, al ser un producto de origen natural donde sus beneficios se mantienen con un almacenamiento, distribución y transporte adecuados, por lo tanto la logística y transporte es un factor determinante en el proceso.

El presente proyecto está enfocado en mostrar las mejores opciones de Operadores Logísticos que brinden el servicio de transporte en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas para una empresa que está interesada en la Producción y Distribución de Nutracéuticos en envases tarros de aluminio de 400 gr, consciente de los parámetros necesarios para poder mantener la calidad de su producto desde la fabricación hasta el consumidor final.

1.3. FORMULACIÓN Y SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Cuáles son las normativas necesarias que deben cumplir los Operadores Logísticos que prestan el servicio de transporte de productos de consumo humano a nivel país?

1.3.1. SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Qué tipo de requerimientos mínimos debe cumplir el vehículo para poder transportar Nutracéuticos?
- ¿Cuántos Operadores Logísticos cumplen con los requisitos necesarios para poder distribuir Nutracéuticos?
- ¿Cuáles son las condiciones de almacenamiento de productos Nutracéuticos?

1.4. OBJETIVOS

1.4.1. OBJETIVO GENERAL

- Determinar los Operadores Logísticos calificados para el Transporte y Distribución de Nutracéuticos en la Provincia del Guayas, cantón Guayaquil.

1.4.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Verificar el cumplimiento de los requisitos mínimos para el transporte de Nutracéuticos por parte de las Operadoras Logísticas.

- Cuantificar los Operadores Logísticas calificados para transportar Nutracéuticos en la ciudad de Guayaquil, Provincia del Guayas.
- Definir las características básicas que debe poseer un Operador Logístico para el transporte y distribución de Nutracéuticos.

1.5. PREGUNTA CIENTÍFICA

¿Los Operadores Logísticos podrían cumplir con los requerimientos mínimos para el transporte de Productos Nutracéuticos y para mantener la calidad del producto hasta el cliente?

1.6. JUSTIFICACIÓN

1.6.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

El presente trabajo de investigación tendrá bases y fundamentos en material elaborado por autores de renombre nacional e internacional que permitirán tener un conocimiento a detalle de Logística y Transporte con sus respectivas normas técnicas, inventarios, tiempos de distribución, condiciones ergonómicas entre otras. Además, entender y conocer el producto como es el caso específico de los Nutracéuticos, analizar sus fortalezas naturales basados en estudios preliminares realizados.

Existe la preocupación de que al momento de la distribución de los productos Nutracéuticos al cliente final este llegue en el menor tiempo y conservando la calidad, no conocemos si los transportes que brindan el servicio actualmente cubren estas

expectativas por lo que surge la necesidad de evaluar si en la ciudad de Guayaquil hay Operadores Logísticos que cumpla con los requisitos mínimos para transportar Nutracéuticos.

1.6.2. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Se analizará los parámetros y requisitos de tipo técnicos, documentales, tecnológicos, físicos e indicadores de gestión que requieren los operadores logísticos en la ciudad de Guayaquil para operar y brindar el servicio a empresas que tienen como producto Nutracéuticos. Se empleará metodologías de campo, con análisis cuantitativo, descriptivo y causal que se aplicarán para la recolección de información en el lugar donde los hechos se suscitan. Además, se usarán herramientas como la encuesta, entrevista y observación con lo cual se logrará tener un panorama específico de lo que requieren las empresas de Nutracéuticos dentro de su proceso clave que es el transporte y distribución a su consumidor final.

1.6.3. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

La tercerización de operadores logísticos promueve la eficiencia organizacional debido a que la empresa productora puede enfocarse y especializarse en una mejora continua de su línea de producción, destinando todos sus recursos a mejorar sus procesos e innovarse en un entorno competitivo. Por lo cual, al contar con una empresa externa que maneje las operaciones logísticas de transporte y distribución donde su principal función es llegar con el producto al cliente final en excelente estado y en el menor tiempo posible por medio de una cadena de suministros que comprende transporte, almacenaje, distribución puede ser muy positivo, porque al manejar una

economía a escala puede ofrecer un excelente servicio con tecnología de punta y menor precio, con lo cual se convierte en un valor agregado para la empresa productora porque tendrá una gran fortaleza frente a sus consumidores, es decir, el cliente siempre encontrará un producto fresco y en condiciones óptimas cuando lo busque.

De los resultados obtenidos se pretende establecer los requerimientos mínimos que deben tener los operadores logísticos para transporte y distribución de Nutracéuticos para que siempre tengan abastecidos a las cadenas de retail y puntos de venta que tiene la ciudad de Guayaquil.

CAPÍTULO II

2. MARCO DE REFERENCIA

2.1. MARCO TEÓRICO

2.1.1. ANTECEDENTES DEL PROYECTO

El apogeo de los operadores logísticos coincide con la globalización de los mercados, que estimula a muchas empresas, cada vez más, a externalizar sus procesos. A través del outsourcing buscan: Un mejor servicio al cliente, mayor eficiencia en los procesos, aumentar su competitividad.

Factores como el ahorro en "costes o la sostenibilidad también se encuentran entre las motivaciones de quienes, en vez de ocuparse de sus operaciones de forma interna y de principio a fin, prefieren delegar a empresas especializadas en cualquiera, o varias, de las siguientes áreas:

- Transporte.
- Soluciones logísticas intermodales.
- Empresas de almacén.
- Empresas de consultoría logística.
- Operadores electrónicos.
- Empresas de mensajería.

Tienen como característica el apoyo prestado a la cadena de suministro ya que su variedad y divergencia es evidente, también en lo relativo a su tamaño, personalidad jurídica, infraestructuras, potencial, nivel de desarrollo y sofisticación tecnológica y responsabilidad.

2.1.2. LOGÍSTICA

Como lo menciona (Escudero, 2014)

“La logística se la determina como una parte de la cadena de suministros la cual se encarga de planificar, gestionar y controlar el flujo y almacenamiento de todos los bienes, los servicios y además de la información generada, desde el punto de origen del producto hasta el punto de consumo, teniendo como objetivo satisfacer la demanda de los consumidores”.

Además, La logística es una secuencia de métodos que al momento de ser combinada esta garantiza el correcto almacenamiento, transporte, y entrega de bienes y servicios. Su origen parte desde la denominada logística militar la cual precisa una coordinación en las operaciones y suministros para que de esta manera lleguen a los puntos de manera mucho más rápida. También se establece la forma más efectiva de llegar al cliente en el lugar y en el tiempo exacto en donde se encuentra el cliente con el fin de satisfacer sus necesidades de demanda.

Otro punto importante con respecto a la logística, es que es una actividad funcional que se encuentra basada en un modelo referencial, también es un

mecanismo de planificación que facilita reducir el impacto de cualquier circunstancia que surja en un futuro. Este concepto moderno sobre la logística se aplica a todas las organizaciones que tienen como objetivo principal la integración de actividades técnico productivo, el efectuar un flujo asegura que se le suministren al cliente de productos y servicios que son demandados de forma ágil y con métodos innovadores que le brindan un valor agregado a la empresa.

Su función principal es comprobar si se cumplen a cabalidad todos los estándares de calidad y los costes para de esta forma poder coordinar las actividades y asegurar un flujo que garantice un alto nivel de servicio al cliente.

Se ven implicadas muchas áreas del departamento de logística y son las siguientes:

- Almacenaje.
- Recepción de suministros.
- El abastecimiento y compras.
- Transporte externo e interno.
- Distribución.
- Atención de pedidos.
- Reciclaje de residuos desechados.
- Una planificación optima de la producción.
- El control de calidad.

- Mantenimiento
- Ventas
- Comunicación interna y externa.

Partiendo de todo esto se puede llegar a la conclusión de que el departamento de logística se encarga de gestionar las actividades anteriores, aun así no dificulta la labor central de este que es realizar y coordinar variables que son inherentes a cada una de ellas con su objetivo principal de que se realice un buen funcionamiento y se den soluciones integrales para la ejecución de un flujo racional. Todo negocio se plantea sobre estándares flexibles que se transportan a la realidad donde la autonomía de las actividades o eslabones de la cadena deben cumplirse en su totalidad y procurando la integración de los mismos, esto se realiza mediante las tecnologías las cuales lo permiten y también contribuye a que se creen sistemas más ágiles para los clientes y métodos innovadores que le den un valor agregado a la empresa.

(Ballou, Logística: administración de la cadena de suministro, 2011):

“El sistema logístico de las empresas comúnmente cuenta con opciones de marco en lo que respecta a oferta externa, tratando de buscar siempre los mejores niveles de especialización que regresen en consecución a la económica. La función de este sistema es equilibrar un esquema de coordinación que este de forma permanente comunicado con todos los elementos en funcionamiento. Para la estrategia operativa de logística se realiza un plan estratégico que está colocado con el plan de negocio, aquí se detalla la misión, visión, objetivos

estratégicos y programa de acciones que son implementados como guía para la gestión logística en cualquier nivel como: planificar inventarios, suministra las recepciones de productos, movilidad y servicios de terceros así como la distribución a los clientes”.

La planificación se debe basar en la información y en los hechos que sean concretos y precisos, puesto que todo esto será una herramienta eficaz para que el departamento logístico logre realizar sus objetivos, al momento de planificar se puede mantener las situaciones como imprevistas o desequilibrios que en ocasiones sufren comúnmente las empresas. Al realizar una planificación el departamento logístico debe tener en cuenta las siguientes observaciones:

- Fijar los objetivos empresariales.
- Definir las previsiones.
- Determinar las condiciones y suposiciones bajo las cuales se desarrollaran las actividades a realizarse.
- Definir las políticas.
- Prevenir problemas a futuro.
- Indicar las tareas que se desea lograr.

2.1.2.1. Actividades claves de la logística empresarial

- **Servicio al cliente**

Debe de existir constancia y seguridad en que el producto llegue al cliente en el momento adecuado y preciso con todos los estándares de calidad e información del uso del mismo.

- **Transportación**

Se basa en el traslado de los artículos al lugar específico para que llegue a tiempo, en los horarios ya acordados y firmados en contratos.

- **Gestión de inventarios**

Son procesos que se los reconocen como informes y objetivos.

- **Procedimiento de pedidos**

Es un proceso para poder realizarse envíos de un producto hacia uno o varios destinos.

2.1.2.2. Tipos de logística

Dentro de una empresa, dependiendo del tipo de la misma, podemos utilizar varios tipos de logística:

- **Logística integrada**

(Kotler, Marketing: Edición para Latinoamérica, 2011):

“La Logística integrada es la encargada de desarrollar y combinar las actividades de transporte, almacenamiento y distribución de bienes y productos. Este tipo de logística tiene como objetivo la optimización de procesos, de almacenamiento y distribución de bienes y productos, aparte de la investigación conjunta al cliente, innovación para así poder mejorar en el rendimiento del servicio y los costes de gestión empresarial”.

- **Logística de distribución**

Esta se encarga principalmente de los procesos de distribución y del manejo de la gestión de existencias de productos terminados además de la recepción y almacenamiento de la mercadería que va a ser distribuida. (Bastos A. , 2012).

- **Logística fraccional**

Son todas las decisiones logísticas que se basan en una división entre las distintas funciones de la empresa, lo cual significa que cada función de negocio gestiona su logística, tales como la compra de oficinas se hará cargo de la manipulación de entrada de suministros (Mauleón, 2012).

- **Logística Manufactura**

Se la implementa sólo en las empresas de fabricación, donde existe la gestión de inventarios de materias primas, productos o componentes que son usados en la segunda

etapa semi-acabados; se encarga de gestionar toda la fase de producción y las operaciones relacionadas como la manipulación de mercancías que se utilizan para producir (Mendoza, 2011).

2.1.2.3. Objetivos de la logística

Los principales objetivos de la logística son hacia afuera y hacia adentro. Dentro de las actividades de la misma se puede destacar el manejo de materiales y trabajo para cumplir con las necesidades de marketing y ventas. El movimiento ayuda a optimizar la colocación de las instalaciones disponibles en el almacén.

Dentro de la logística de los clientes tiene que mejorar la fiabilidad, reduciendo el tiempo y los errores de envío. Todas las actividades de logística que se desarrollan dentro de una empresa se pueden llegar a dividir en tres áreas básicas:

- La logística de compras, en la adquisición y el suministro de los materiales necesarios para la producción.
- La logística de producción, facilita la coordinación de la planificación de la producción y la producción material.
- La logística de distribución, mediante la cual se gestiona el inventario de productos terminados desde su entrada en el almacén para su distribución a los clientes.

2.1.2.4. Importancia de la logística

Según (Jordi, 2011)

“La internacionalización creciente de los cambios, a la calidad de la competencia y diversificación de los mercados, el sector logístico está llamado a desarrollar un papel central en el núcleo de las empresas y en los circuitos físicos de los productos”.

(ESIC Editorial, 2011) ha definido:

“La logística parte del conjunto de gobernar organizacional, gerencial y estratégico en todos los flujos de materiales de la empresa e información relacionada, desde sus inicios a los proveedores de la entrega de los productos terminados a los clientes. Partiendo como un sistema complejo de actividades, radica en un proceso de planificación, programación y control, la estructuración de todas las actividades de manipulación, almacenamiento y mantenimiento, y los flujos de información relacionados, que coordinan el paso de mercancías de las fuentes de abastecimiento, mediante el proceso de transformación, hasta llegar al punto de consumo o uso de los activos por parte del cliente final, en forma de productos terminados, para proporcionar un nivel adecuado de servicio, de acuerdo con los costos asociados con ella”.

Las actividades que pueden proceder de la gerencia logística de una empresa se la detalla a continuación:

- a) El aumento en líneas de producción.
- b) Eficiencia en producción, alcanzar niveles altos.

- c) La cadena de distribución debe tener cada vez menos inventarios.
- d) Un desarrollo de sistemas de información.

Estas pequeñas mejoras dentro de la empresa restan en beneficios las cuales se nombran a continuación:

- Aumentar la competitividad y la mejorar de la rentabilidad de las empresas para acometer el reto de la globalización.
- Optimizar la gerencia y la gestión logística comercial nacional e internacional.

2.1.2.5. Sistema logístico

Según (Memoria, 2011) “Se constituye la integración de una serie de elementos y actividades que en forma sincronizada busca abastecer las unidades operativas con eficiencia, eficacia y economía para el normal funcionamiento y desarrollo de la empresa”.

Se basa en el conjunto de infraestructura, equipamiento, recursos y políticas operacionales que autoriza el flujo de bienes y de la información. Las actividades de un sistema logístico se pueden llegar a agrupar en tres grandes áreas homogéneas:

a) Sistema de estructuras físicas

Es el que abarca todas las instalaciones, equipos, sistemas, gestión de materiales, vínculos que así mismo permiten el flujo físico de los materiales de las fuentes de abastecimiento para los mercados de venta.

b) Sistema de gestión

Es el sistema en donde se incluye todas las actividades de una dirección con respecto a las dos áreas individuales tanto en la planificación y coordinación del sistema de logística como (previsión de ventas, gestión de inventarios, planificación de la producción, adquisición y gestión de pedidos, atención al cliente, la elaboración y el control de la logística de presupuesto) enteros.

c) Sistema de organización

En este sistema se puede incluir todos los recursos de la organización y de gestión y recursos humanos para gestionar el sistema.

El sistema logístico, por otro lado, se encarga a través de toda la empresa y a su vez se interconecta con las necesidades de la producción, con la comercialización y las ventas y, en menor medida, con las funciones administrativas y financieras. Dentro de este contexto es en donde se desarrolla las nuevas tecnologías de la información que juega un papel vital. Esto debe ser considerado en los sistemas de información que son capaces de traer todas las funciones empresariales en un único marco de gestión en las que deben de ser las siguientes:

- Un sistema para la gestión operativa de almacenes
- Muchos sistemas para la programación avanzada de producción
- El control del flujo de materiales en el ámbito de la producción y distribución
- Un sistema de gestión de la cadena de suministro
- Sistemas de previsión de la demanda y el apoyo comercial para el diseño y gestión de redes de distribución.

2.1.2.6. Control de Inventarios

El control de inventario parte de la supervisión y el control de los pedidos, almacenamiento y utilización de componentes que una empresa va a usar en la producción de los artículos que se venden, así como la supervisión y control de las cantidades de productos terminados para la venta. El inventario de una empresa se lo conoce como uno de sus activos más importantes y representa una inversión que está ligado hasta que el artículo se vende o se utiliza en la producción de un nuevo artículo para la venta.

También se los define como bienes tangibles que se los puede necesitar para la venta en el curso ordinario del negocio o para ser consumidos en la producción de bienes o servicios para su posterior comercialización. La base de toda empresa comercial es la compra y venta de bienes o servicios; de aquí parte la importancia del manejo del inventario por parte de la misma.

En el manejo contable permite que la empresa mantenga el control oportunamente, así como también permite conocer al final del período contable un estado confiable de la situación económica de la empresa. Adicionalmente, el inventario constituye las partidas del activo corriente que están listas para la venta, en otras palabras, es toda aquella mercancía que posee una empresa en el almacén valorada al costo de adquisición, para la venta o actividades productivas.

Por otro lado también se lo conoce como un activo mayor en sus balances generales, y los gastos por inventarios, conocidos como costo de mercancías vendidas,

comúnmente son los gastos de mayor en el estado de resultados. Las empresas que se encargan de la compra y venta de mercancías, por ser ésta su principal función y la que dará origen a todas las restantes operaciones, necesitan de una constante información resumida y analizada sobre sus inventarios, lo cual obliga a la apertura de una serie de cuentas principales y auxiliares relacionadas con esos controles (Starbook Editorial, 2011).

Entre estas cuentas se registran las siguientes:

- Inventario inicial
- Compras
- Devoluciones en compra
- Gastos de compras
- Ventas
- Devoluciones en ventas
- Mercancías en tránsito
- Mercancías en consignación
- Inventario final

2.1.3. LOGÍSTICA DE TRANSPORTE

Tiene dos tareas imperativas, las cuales son la elección del medio o los medios de transporte a utilizar y la programación de los movimientos a emplear. Estas son las partes más importantes de la gestión del transporte, ya que todas las decisiones que

tomen deben estar sujetas a unas medidas óptimas teniendo en cuenta los siguientes factores (Robusté, 2012):

- Los costos
- Rapidez de entrega
- La eficiencia
- La seguridad
- Precisión
- Modo
- El servicio al cliente

2.1.3.1. Importancia del sistema de transporte

Es necesario que la empresa se enfoque en el desarrollo de una óptima estrategia de transporte ya que es sumamente susceptible a percibir los siguientes beneficios:

- Penetración de mercados

La optimización del sistema de transporte genera una reducción significativa de los costos totales para un producto que se comercializa en un mercado distante, por lo tanto estos pueden llegar a ser altamente competitivos con relación a los productos que se comercializan en el mismo mercado.

- Economías de escala

No es un secreto que en este entorno globalizado existan sitios que favorezcan la ubicación de los puntos de producción, sin embargo las ventajas que pueda ofrecer una ubicación geográfica pueden parecer novatos frente a un sistema de transporte de alto costo, por esto al optimizar la estrategia de transporte y conseguir una representativa disminución de los costos asociados al mismo, se llega a obtener una libertad de selección de ventajas competitivas mediante la selección de una ubicación geográfica de conveniencia. Generalmente el movimiento de un punto de producción tiene como enfoque el aprovechamiento de los costos más bajos de producción, el uso intensivo de las instalaciones y la especialización de la mano de obra, pudiendo así entrar a disfrutar de los beneficios propios de las economías de escala.

2.1.4. OPERADORES LOGÍSTICOS

(Berrozpe, 2012):

Un operador logístico es aquella empresa que por encargo de su cliente genera y diseña los procesos de una o varias fases de su cadena de suministro (aprovisionamiento, transporte, almacenaje, distribución e, incluso, ciertas actividades del proceso productivo), organiza, gestiona y controla dichas operaciones utilizando para ello infraestructuras físicas, tecnología y sistemas de información, propios o ajenos, independientemente de que preste o no los servicios con medios propios o subcontratados. Es así que el operador logístico responde directamente ante su cliente sobre los bienes y los servicios adicionales acordados en relación con éstos y es su interlocutor directo.

El operador logístico se lo conoce como una empresa que debe estar en capacidad de brindar servicios eficientes relacionados con la gestión logística. Un operador logístico se encarga de otorgar soluciones integradas desde el comienzo al final del ciclo del negocio. Todas las tecnologías de la información y la comunicación apoyan el trabajo hecho por los operadores logísticos, aprobando que las empresas que solicitan sus servicios expandan su mercado y ofrezcan soluciones a sus clientes de forma efectiva.

Si las empresas tienen en cuenta la importancia de los operadores logísticos en la optimización de los costos e infraestructura, si podrán permitir que estos apoyen a la empresa diseñando un sistema logístico óptimo de acuerdo a las necesidades del cliente. A nivel internacional se reconoce que los Operadores logísticos internacionales son Agentes globales encargados de la distribución de mercancías puerta a puerta desde cualquier lugar del mundo hacia el destinatario final tratando de entregar en el menor tiempo posible.

En la actualidad, se realizan labores de operadores logísticos en empresas del sector del transporte, filiales de grupos industriales, contratistas del sector industrial, empresas que ejercen actividades de gestión de inventarios, de gestión de carga, actividades informáticas, etc.

Los operadores logísticos brindan los servicios de transporte, distribución física, gestión logística. En transporte ejecuta ciertas tareas como consolidación y desconsolidación, alquiler de vehículos, despacho aduanero. En la distribución física

realizan tareas como mantenimiento, recepción y control de calidad, etiquetaje y precios, código de barras, surtido, devolución de paletas.

También ofrecen servicios en gestión de almacenamiento, gestión de inventarios, gestión de pedidos, gestión de distribución, logística de los puntos de ventas, gestión del servicio postventa, ingeniería logística y asesoría. Para obtener un alcance dentro de un operador logístico, depende del cliente que contrata los servicios, ya que de acuerdo con las actividades a subcontratar se coloca el límite de las operaciones a ser entregadas al operador.

Para que se realice una adecuada selección de un operador logístico es primordial llegar a tener en cuenta criterios como: la experiencia e imagen del operador logístico, fiabilidad de plazos, capacidad de reacción, calidad, cumplimiento, precio, creatividad, solidez financiera.

Se basa en un esquema de un operador logístico:

- Recogida.
- Bodegaje.
- El control de inventarios.
- Distribución física de mercancía.
- Los reportes e indicadores de Gestión.
- Auditorías administrativas y control logístico.

- Operaciones de Cross Docking.
- Los beneficios al emplear operadores logísticos son:
- Reducción de riesgos.
- La reducción de costos totales de entrega.
- Reducción de costos de inventarios.
- Reducción en costos por descuentos por volúmenes de los embarques.
- El mejoramiento del servicio al cliente.
- Incremento en la visibilidad del embarque.
- Reorientar hacia habilidades claves.

Una empresa a manera de un operador logístico busca siempre guiar de manera eficiente la adquisición, el almacenamiento de los productos o mercadería y el control de inventarios, así como todo el flujo de la información. Además, puede llegar a encargarse de determinar y coordinar la entrega del producto correcto de manera óptima al cliente correcto, en el lugar correcto y en el tiempo exacto.

Se considera que las funciones de un operador logístico son:

- Procesamiento de pedidos
- Manejo de materiales: Clasifica y determina qué medios materiales y procedimientos se tienen que llegar a usar para mover los productos dentro de los almacenes y entre estos y los locales de venta.

- Embalaje: Llegar a la conclusión de qué sistemas y formas de protección va a utilizar para los productos.
- Transporte de los productos: Tomar la decisión de qué medio de transporte se va a utilizar y la elaboración de los planes de ruta.
- Almacenamiento: Clasificar la dimensión y las características de los almacenes.
- Control de inventarios: Determinar la cantidad de productos que se deben tener a disposición para entregar a un cliente.

2.1.5. LOGÍSTICA DE DISTRIBUCIÓN

Como punto principal los costos logísticos por colocar en los productos y en los servicios dentro del mercado representan un gran porcentaje de las ventas y que su eficiencia no sólo permite la mejora en los actuales márgenes, sino que da la posibilidad de aumentar y fortalecer la presencia de las organizaciones en el mercado.

Partiendo del concepto de la Logística de Distribución, actualmente es mucho más amplio e integral además que se incluye todas aquellas funciones y actividades dentro de la organización que también participan de la fase de entrega de los productos a los clientes, que son la administración de ventas, gestión de stocks, service, depósitos y transportes, entre otros.

La evolución de los criterios logísticos basados en los contenidos y alcances se llega a reflejar claramente y se pueden analizar en las distintas definiciones del CLM (Council of Logistics Management) el enfoque central de las mismas lo que nos está indicando con claridad que el proceso logístico está ampliando su alcance cada vez más rápidamente.

2.1.5.1. La distribución y el Cliente

Dentro del concepto de Distribución se supone que en estos tiempos es más que la utilización efectiva de transportes (camiones) y almacenes, tal como se lo conocía en décadas pasadas donde la función resultaba ser secundaria y sin la opción de un desarrollo adecuado, debido a la escasez de inversiones, recursos inapropiados y equipamientos muchas veces obsoletos.

Al ser mercados de demanda insatisfecha estas funciones se encuentran aisladas a un segundo plano en la maya de las Organizaciones, dado que los requerimientos pasaban por otros sectores funcionales tales como Producción, Finanzas y Administración.

Los productos se encontraban en un constante empuje hacia el mercado - efecto Push - donde la demanda era mucho mayor que la oferta y las eficiencias de la cadena no eran prioritarias porque los márgenes lo permitían, trasladándose los sobrecostos y las ineficiencias a la cadena, y en última instancia al consumidor.

Todas estas acciones han generado problemas que se traducen en caída de rentabilidad, pérdida del mercado seleccionado, además de la insatisfacción de los clientes y deterioros importantes en los canales de comercialización.

Este proceder tienden a alterarse cuando aparece la sobreoferta, la retracción del consumo y la competencia tal como la lógica consecuencia se hace muy fuerte obligando a las Organizaciones procurando mantener las posiciones estratégicas y además tratando de satisfacer los requerimientos que emanan del mismo mercado - efecto Pull.

La continua globalización y los constantes cambios producidos en la relación productor - consumidor hicieron evidentes las ineficiencias y los obsoletos sistemas logísticos aplicados. Los problemas clásicos que se presentan al momento de que existen inconvenientes en el Sistema Logístico de Distribución y que además obligan a replantear la situación son:

- Imposibilidad de comprometer una fecha de entrega a los clientes
- Baja información sobre las entregas realizadas
- Stocks de productos no adecuados y mal distribuidos
- Lapsos excesivos entre la torna del pedido y su entrega
- Equipamientos e instalaciones deficientes y obsoletas
- Baja respuesta a los reclamos de los clientes
- Sistemas orientados a lo contable y no a la gestión logística

- Distribución inelástica y muy dirigida a lo tradicional
- No tener conocimientos de los costos reales
- Incertidumbre sobre la calidad de servicio que se brindan.
- Insatisfacción completa de los clientes.

En estos tiempos para poder suministrar eficientemente los productos y servicios, las Organizaciones deben definir con claridad, antes de establecer su política de distribución, los pasos que se mencionan a continuación:

- Las constantes exigencias del servicio requerido
- Los mejores métodos para poder satisfacerlas
- Sistemas adecuados de transporte y entrega de los productos
- Los niveles de existencias tienen que ser apropiados y su seguimiento en línea
- Una ubicación de depósitos y CD.
- Los canales de comercialización tienen que adecuados para cada línea existente.

Es de mucha importancia poseer un conocimiento claro de la Calidad de Servicio - percibida por los clientes, además la capacidad operativa - administrativa de la cual se cuenta para satisfacerlas a un costo adecuado.

Ocasionalmente no es conveniente ofrecer la misma calidad de Servicio a todos los clientes de la cadena, ya sea por el sobre costo que genera o porque en ciertas ocasiones los mismos no lo requieren, siendo conveniente establecer solo en ocasiones, una

segmentación o clasificación de los clientes ya sea por volúmenes de compra, por zonas de entrega, por canal atendido, o por tipos de clientes, a efectos de implementar las prestaciones adecuadas para cada una de las mismas. Es necesario prestar el servicio correcto al compromiso establecido durante el proceso de venta para de esta manera poder mantener la fidelidad del cliente a través de su satisfacción plena y a un costo acorde.

Como definición de los niveles de servicio que parten de la base de la Distribución, debe ser consensuado y determinados con las otras áreas de la organización que vayan a intervenir en el proceso de la venta: Marketing, Administración de ventas, Logística, Administración y Finanzas a efectos de que toda la Organización se comprometerá en el proceso y posibilite un accionar integral en el mismo.

Las definiciones de los niveles de servicio juegan un papel muy importante, como el establecimiento de sistemas que ayuden en el monitoreo continuo y que permitan conocer rápidamente la situación de la misma brindando la oportunidad de tomar con anticipación las medidas de ajuste administrativo / operativo adecuadas.

2.1.6. NUTRACÉUTICOS

Para (IICA, 2013) “Se indica que son productos de origen natural que constan de propiedades biológicas activas, que son de gran beneficio para la salud y con capacidad preventiva o terapéutica definida”.

Al momento de referirse de los nutraceuticos se indica que es una medicina biológica y de una categoría muy amplia de productos que deben cumplir los siguientes criterios: También son productos de origen natural. Que se encuentran aislados y purificados por métodos no desnaturalizantes

Además, aportan en efectos beneficiosos para la salud:

- a) Mejora de una o más funciones fisiológicas
- b) Tienen acción preventiva y/o curativa
- c) Ayuda en la mejora de la calidad de vida
- d) Ayudan en la estabilidad temporal.
- e) Constan de un análisis de estabilidad y toxicología.
- f) Tiene análisis químico.

Se ha realizado estudios reproducibles de sus propiedades bioactivas y también estudios en animales de experimentación y en humanos, consta de I+D de acuerdo con los métodos más avanzados.

Es un proceso de desarrollo y validación siguiendo criterios científicos equiparables a cualquier otro medicamento (Criterios FDA). También se indica que aportan en reproducibilidad, calidad, seguridad y eficacia.

En definitiva, el mundo de los nutraceuticos es el mundo de los medicamentos de origen natural.

2.1.6.1. Nutraceuticos y sus ventajas

Un nutraceutico posee la cualidad de producir sinergia, lo cual es extraordinariamente benéfico ya que implica un aumento de la Nutraceuticos acción de diversas sustancias cuando actúan conjuntamente.

Por otro lado, también se basa en la toma de los elementos y así produce su efecto curativo y sus cualidades terapéuticas en estrecha relación con la genética. Adicionalmente, ofrecen productos nutritivos, ricos en vitaminas y minerales que tienen una función preventiva y aun curativa por su gran contenido de extractos naturales y terapéuticos.

2.2. MARCO CONCEPTUAL

Por encargo de su cliente

Indica la existencia de un vínculo jurídico entre el operador y el cliente-propietario de los bienes, que comprende la función logística que le es encomendada al primero por parte del segundo, es decir, el cliente externaliza esta parte de su ciclo de negocio (Ramirez, 2012).

Diseña los procesos

Esto indica que el operador define y estructura las diferentes fases del proceso logístico por sí solo o de común acuerdo con su cliente (Lluís, 2013).

Organiza, gestiona y controla las operaciones

El operador es quien controla la realización de todas las actividades del proceso, indicando los recursos necesarios para el cumplimiento de los tiempos de entrega y planificando el adecuado engranaje de las diversas fases del proceso (Lacalle, 2013).

Infraestructuras, tecnología y sistemas de información

El operador logístico establece que para la realización de las actividades de medios de transporte y de almacenes donde depositar y manipular los bienes de su cliente y también aporta su propia tecnología y sistemas informáticos para organizar y gestionar todo el proceso (Heredero, 2014).

Medios propios o subcontratados

Es indiferente que el operador realice o no las operaciones directamente con sus propios recursos o que, por el contrario, subcontrate dichas labores con otras empresas (Mira, 2012).

Bienes y servicios adicionales

El operador responde frente a su cliente sobre los bienes que le son entregados, lo que se cree que asume el riesgo de pérdidas, deterioros y mermas en los stocks y de todos los servicios adicionales que con respecto a los mismos se acuerden, incorpora el cumplimiento de los plazos de entrega (Ferrer, 2012).

Interlocutor

El operador logístico se lo define como el canal de comunicación directo entre su cliente y el receptor de los bienes. Los dos dirigen directamente sus consultas, incidencias y otros aspectos del suministro de los bienes al operador logístico.

Cadena de suministro

Es el movimiento de materiales, fondos, e información relacionada a través del proceso de la logística, partiendo desde la adquisición de materias primas a la entrega de productos terminados al usuario final. La cadena del suministro incluye a todas los vendedores, proveedores de servicio, clientes e intermediarios (Ballou, Logística: administración de la cadena de suministro, 2014).

Cadena de valor

Una alianza voluntaria de compañías para desarrollar un beneficio económico para clientes y compartir las ganancias (Duque, 2013).

Canales de Distribución

Los cauces de la venta apoyados por una empresa. Éstos pueden incorporar ventas del menudeo, Ventas de asociados de distribución (por ejemplo, venta al mayoreo), Ventas del fabricante de equipo original (el OEM <Original Equipen Manufacture>), intercambio de Internet o ventas del mercado, y subastas de Internet.

Canales Logísticos

Es una red de cadenas de suministro los cuales son participantes comprometidos en almacenamiento, manejo, traslado, transporte y funciones de comunicaciones que contribuyen al flujo eficaz de los bienes.

Nutracéuticos

Es un término prácticamente nuevo que se lo utiliza para definir todos aquellos compuestos o sustancias naturales que tienen acción terapéutica. En si se trata de una fusión de la palabra nutrición con terapéutica.

Procesos

Se trata de un conjunto de actividades agrupadas entre sí que, partiendo de uno o más inputs (entradas) los transforma, generando un output (resultado). (Mauter & Bischoff, 2009).

Almacenamiento logístico

(Escudero, 2014). Define:

“Es el proceso de la función logística que consta de la recepción, almacenamiento y movimiento dentro de un mismo almacén hasta el punto de consumo de cualquier material o materias primas, semielaborados, terminados, así como el tratamiento e información de los datos generados. La gestión de almacenes cuenta con un objetivo primordial que es el de optimizar un área logística funcional que se desarrolla en dos etapas de flujo como lo son el abastecimiento y la distribución física, componiendo la gestión de una de las actividades más importantes para cumplir con el funcionamiento de una organización. Como objetivo general de una gestión de almacenes se trata de garantizar el suministro continuo y oportuno de los materiales y medios de producción necesarios para asegurar los servicios de forma ininterrumpida y rítmica. Además, la Gestión de Almacenes se la ubica en el Mapa de Procesos Logísticos entre la Gestión de Existencias y el Proceso de Gestión de Pedidos y Distribución. De esta forma el ámbito de responsabilidad del área de almacenes inicia en la recepción de la unidad física en las propias instalaciones y se expande hasta el mantenimiento del mismo en las mejores condiciones para su posterior tratamiento”.

Distribución

En teoría de la probabilidad y estadística, la distribución logística se trata de una distribución de probabilidad constante, su rol a realizar en la distribución es la función logística, reflejándose en el contexto de la regresión logística y determinados tipos de redes neuronales (UNAM, 2012).

Gestión de inventarios

La existencia de los inventarios se ha dado para así poder permitir a las empresas desarrollar con los requerimientos de los clientes. También existen comúnmente para suavizar el flujo de bienes en el proceso de producción, dirigidos especialmente a los centros de trabajo dependientes. Una las razones que más destaca su existencia es la protección contra la incertidumbre de los proveedores. Por último, el inventario posee una gran ventaja ya que permite la utilización realista y máxima de equipos y personal (Sarabia, 2011).

Gestión de inventarios

Los inventarios son creados para facilitarles a las empresas el cumplimiento de todos los requerimientos de cada uno de sus clientes. También ayudan a suavizar el flujo de bienes en el proceso de producción, hasta los centros de trabajo dependientes. Un motivo muy importante y principal de su existencia es porque brinda la protección necesaria contra la incertidumbre que poseen los proveedores, permitiendo el uso real y en un porcentaje máximo todos los equipos y el personal existente. (Sarabia, 2011).

Almacenaje

Conocido como Almacenaje o almacenamiento, se indica que es una parte de la logística que se compone de las actividades que tienen una estrecha relación con el almacén; en sí, guardar y custodiar existencias que no constan en el proceso de fabricación, ni de transporte. El almacenaje ayuda a acercarse las mercaderías a los puntos de consumo (López, 2011).

Empresa de Transporte de Carga

Indica que el transportista o cual cuya solvencia patrimonial debe ser acreditada al agregarse a la RUTA, basándose en la cantidad de unidades de su propiedad o contratadas, además de su infraestructura de depósitos, talleres, lavaderos y sucursales; también deberá incrementar solvencia técnica en el caso de transporte de mercaderías peligrosas.

Entrega de la mercadería

Es un acto en el cual el operador de transporte multimodal coloca las mercaderías a disposición efectiva y material del consignatario de conformidad con el contrato de transporte multimodal, las leyes y los usos y costumbres imperantes en dicho lugar de entrega.

Gerente de Logística

El Gerente realiza una variedad de funciones logísticas que se dirigen a las operaciones de almacenamiento y distribución, pronóstico, planeamiento, sistemas logísticos, servicio al cliente y compras. La gestión del personal del área se encarga de dirigir las operaciones cotidianas. También coordina la tercerización de operaciones con proveedores logísticos y otros participantes de la cadena de abastecimiento.

Gerente de Transportes

Es el encargado de dirigir los sistemas de transporte propio, contratado y tercerizado, también la gestión del personal y las operaciones para confirmar la

eficiencia y puntualidad de los despachos entrantes y salientes. Otras funciones importantes a realizar es que planifica y asegura el equipamiento necesario para la estiba, la carga y la entrega de los productos. Se encarga y es responsable de la programación, el ruteo, el presupuesto, la recepción de cartas de porte y la negociación de contrataciones. Trabaja directamente con los transportistas y agentes de carga internacional para sincronizar el flujo de productos a través de fronteras y aduanas.

Modo de transporte

Se clasifica distintos sistemas de porte de mercaderías por vía acuática, aérea, carretera o ferroviaria, excluidos los meramente auxiliares.

Abastecimiento

Colocación y disposición de bienes y servicios en un mercado. Aprovechamiento, suministro de bienes o servicios que necesita una empresa u entidad para cumplir con su objeto.

Acopiar

Realizar una acumulación de mercadería en un gran volumen, aunque no es necesario con un ánimo especulativo. En inglés "stockpile". En logística interna: se basa en la modalidad de almacenamiento. También es la operación por la que el operador de una terminal conviene con el dueño de una partida de mercadería, la entrega de un espacio en los recintos de la terminal, por un plazo y precio convenidos, para la permanencia de los productos.

Distribución logística

La distribución logística no es más que una distribución de probabilidad continua lo cual su función de distribución es la función logística, mediante el cual se refleja en el contexto de la regresión logística y en determinados tipos de redes neuronales.

2.3. MARCO LEGAL

Reglamento de Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte para establecimientos farmacéuticos (2013).

Capítulo III

PERSONAL DEL ESTABLECIMIENTO FARMACÉUTICO

Art. 4.- Los establecimientos farmacéuticos, deberán contar con personal calificado, capacitado y con el conocimiento técnico suficiente para implementar y mantener un sistema que garantice el cumplimiento de las Normas de Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte.

Art. 5.- La responsabilidad técnica deberá estar a cargo de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, que tendrá, entre sus funciones y responsabilidades, la coordinación de todas las actividades inherentes al aseguramiento de la calidad y al seguimiento del cumplimiento de las Normas de Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte de los productos a que se refiere este Reglamento.

Art. 6.- El control de calidad, deberá estar a cargo de un profesional químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico y comprenderá el cumplimiento de procedimientos por parte del personal asignado durante la recepción, almacenamiento, despacho y distribución de los productos, con el fin de garantizar su calidad.

Art. 7.- El personal del establecimiento, deberá tener claro conocimiento de sus actividades, de acuerdo al cargo que desempeñen, cuya descripción, atribuciones y responsabilidades constará en un documento con las firmas de aceptación por parte del personal.

Art. 8.- El personal deberá informar a su jefe inmediato, sobre cualquier incidente que se presente en las instalaciones, equipos y recurso humano, que pueda incidir negativamente en la calidad de los productos.

Art. 9.- Los establecimientos deberán implementar un programa de capacitación para que el personal conozca y dé cumplimiento a las Normas de Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte; dicha capacitación será continua y el personal será evaluado periódicamente, proceso del cual se llevarán los registros respectivos.

Art. 10.- El personal que ingrese a laborar en el establecimiento deberá recibir la inducción y el adiestramiento respectivos para el cumplimiento de las Normas de Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte, especialmente en

aquellas normas a aplicarse en función de la actividad a realizar. Esta capacitación estará a cargo del responsable técnico del establecimiento y de su realización se llevará el registro correspondiente, en el cual se detallarán tanto los participantes como el material didáctico utilizado.

Art. 11.- El personal que trabaja en áreas críticas del establecimiento en donde se manipulen productos sensibilizantes medicamentos que contengan sustancias estupefacientes y psicotrópicos y productos que necesiten cadena de frío, entre otros, recibirá programas especiales de capacitación, respecto a la gestión de su almacenamiento, distribución y transporte.

Art. 12.- Previo al ingreso a laborar en estos establecimientos, el personal deberá contar con el certificado de salud vigente expedido por la Autoridad Sanitaria competente, el que se renovará cada año.

Art. 13.- Todo el personal deberá recibir capacitación en prácticas de higiene personal y se someterá a exámenes médicos regulares, mínimo una vez al año, de acuerdo a un plan de medicina preventiva, implementado por el establecimiento.

Art. 14.- El personal del establecimiento afectado por enfermedades transmisibles o lesiones abiertas en superficies descubiertas del cuerpo se someterá al tratamiento correspondiente y, mientras éste dure, se ubicará en áreas donde no exista peligro para su salud ni para los productos. En caso de que la permanencia del personal

afectado implique un riesgo de contaminación para el resto del personal o para los productos, éste se retirará de sus labores hasta que se supere tal condición.

Art. 15.- El personal deberá llevar uniformes de trabajo apropiados, incluyendo implementos de seguridad industrial, de acuerdo a las necesidades propias de sus actividades laborales.

Art. 16.- El personal deberá acatar las normas establecidas que señalan la prohibición de fumar, el ingreso y consumo de alimentos y bebidas en las áreas de almacenamiento.

Art. 17.- En el caso de las Casas de Representación Farmacéuticas que cuenten con personal dedicado a la visita médica, dicho personal, a más de la capacitación relacionada sobre medicamentos, recibirá capacitación sobre las condiciones de almacenamiento de muestras médicas, hasta su entrega al profesional de la salud autorizado para prescribir.

Capítulo IV

INFRAESTRUCTURA DE LAS ÁREAS O INSTALACIONES PARA EL ALMACENAMIENTO

Art. 18.- La infraestructura y espacio físico de los establecimientos, deberá estar directamente relacionada con la funcionalidad, seguridad y efectividad de éstos,

considerando sus necesidades de almacenamiento de acuerdo al volumen de los productos y a los criterios de despacho y distribución.

Art. 19.- De acuerdo con la capacidad física instalada de los establecimientos y la actividad que realicen, sea esta almacenamiento o distribución de los productos materia de este Reglamento, las áreas destinadas a estas actividades, podrán agruparse, incluirse o eliminarse, de acuerdo a sus necesidades. Si el establecimiento almacenare productos sucedáneos de la leche materna, alimentos infantiles y suplementos alimenticios, éstos podrán almacenarse en las mismas instalaciones de los productos farmacéuticos, siempre y cuando se encuentren en perchas separadas y visiblemente identificadas.

Art. 20.- Las áreas de los establecimientos, deberán estar diseñadas de tal manera que faciliten el flujo tanto del personal como de los productos.

Art. 21.- Las estanterías, muebles, armarios y vitrinas estarán diseñadas y construidas de tal forma que permitan: a) Tener un sistema de ubicación por estanterías; b) Soportar el peso de los productos, señalando la carga máxima de seguridad; y, c) Facilitar la limpieza y evitar la contaminación.

Art. 22.- Las paredes y pisos deberán ser de fácil limpieza. Las instalaciones estarán diseñadas y protegidas de tal manera que se evite el ingreso de insectos, aves, roedores, polvo y otros contaminantes externos.

Art. 23.- Las instalaciones deberán disponer de ventilación e iluminación adecuadas, suministro de electricidad seguro y de suficiente capacidad para permitir un eficiente desarrollo de las actividades, así como de un sistema de iluminación de emergencia. Se evitarán las ventanas grandes, a fin de conservar la temperatura del interior del área de almacenamiento y evitar el ingreso de agentes externos, como los descritos en el artículo precedente.

Art. 24.- En los casos de establecimientos de almacenamiento cuyas actividades se encuentren automatizadas, en donde las transacciones y los movimientos físicos se realizan en forma mecanizada y controlada por sistemas de hardware y software con registros electrónicos, estos sistemas informáticos serán validados por personal capacitado del propio establecimiento o por una empresa contratada, debidamente acreditada para este tipo de actividades, con el fin de garantizar su precisión, su verificación y uso adecuado; de conformidad al cronograma determinado por el establecimiento. Los sistemas Informáticos deberán disponer de procedimientos que protejan la integridad de los datos y que realicen periódicamente copias de seguridad de los mismos. El tipo de software que se utilice se adaptará al diseño y operaciones que se realicen en el establecimiento y contendrán información relacionada a los siguientes puntos: a) Trazabilidad y localización de productos en el mercado; b) Información del estado de los productos y su ubicación es decir, si están en cuarentena, aprobados o rechazados; y, c) Registros, documentación y reportes del producto y del establecimiento.

Art. 25.- Los establecimientos deberán contar con capacidad suficiente para permitir un adecuado almacenamiento de los productos, a fin de minimizar confusiones y riesgos de contaminación y permitir una rotación ordenada de los inventarios, para lo cual contarán con áreas rotuladas y delimitadas para: a) Recepción; b) Cuarentena; c) Productos aprobados; d) Medicamentos que contienen sustancias estupefacientes y psicotrópicas; e) Cámaras frías o cuartos fríos para productos que requieren para su almacenamiento de condiciones especiales de temperatura y humedad; f) Materiales inflamables, productos radioactivos, productos citotóxicos, explosivos y otros similares; g) Despacho; h) Rechazos y bajas; i) Devoluciones o retiro del mercado; y, j) Impresiones. Estas áreas cumplirán las siguientes especificaciones: a) Área de recepción.- Destinada a la revisión de los documentos entregados por el proveedor y a la verificación administrativa de los productos, previo el ingreso al área de almacenamiento. El área de recepción deberá estar diseñada de forma que permita proteger a los productos de las condiciones climáticas, que pudieran incidir en la calidad de los mismos. Los recipientes que contengan los productos estarán completamente limpios para su respectivo ingreso a la bodega de almacenamiento. b) Área de cuarentena.- Lugar en donde se almacenan los productos sobre pallets o estanterías, hasta su verificación técnica y aprobación por parte del químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico responsable. Su acceso estará restringido a personal no autorizado. Cualquier sistema informático que remplace a la cuarentena física, proporcionará una seguridad equivalente. Los sistemas computarizados se validarán por personal capacitado del propio establecimiento o por una empresa contratada, debidamente acreditada para este tipo de actividades, para demostrar la seguridad en su acceso; c) Área de productos aprobados.- Destinada al almacenamiento de los productos aprobados por parte de control de calidad, para su ubicación en las

estanterías debidamente identificadas, de acuerdo al procedimiento determinado por el establecimiento. d) Área para medicamentos que contienen sustancias estupefacientes y psicotrópicas.- Esta área debe tener acceso restringido y controlado a personal no autorizado. e) Cámaras frías o cuartos fríos para productos que requieren para su almacenamiento de condiciones especiales de temperatura y humedad.- Estas áreas deberán disponer de equipos controladores de dichas condiciones, las cuales se verificarán y registrarán de conformidad con el procedimiento determinado por el establecimiento para el efecto. f) Áreas para materiales inflamables, productos radioactivos, productos citotóxicos, explosivos y otros similares.-Estas áreas deberán estar debidamente identificadas y contarán con las medidas de seguridad apropiadas, de conformidad con el procedimiento operativo estándar que elabore el establecimiento para el efecto. g) Área de despacho.- Destinada para la preparación de los productos previo a su distribución. h) Área para rechazos y bajas.- Es un área de acceso restringido, en donde se almacenan los productos que fueron rechazados o dados de baja, para impedir su utilización hasta que se realice el proceso de disposición final que corresponda. Los productos almacenados en esta área, no deben constituir una fuente de contaminación para el resto de productos almacenados. i) Área para devoluciones o retiro del mercado.- En esta área se encuentran almacenados los productos que por alguna causa han sido devueltos o retirados del mercado; su acceso será restringido y los productos estarán claramente identificados. j) Área de impresiones.- En esta área se pueden realizar actividades de impresión mediante el sistema inkjet de los productos mencionados en el artículo 1 de este Reglamento; esta área dispondrá de los procedimientos operativos estándar para las actividades que se desarrollen y estará bajo la responsabilidad del químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico del establecimiento. En esta área no se realizarán procesos que afecten la integridad o

sellado de los envases primario y secundario de los productos, así como tampoco procesos que afecten la estabilidad de los mismos como el termoencogible, salvo que este proceso esté autorizado en el Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria. Esta área deberá disponer de un sistema de inyección y extracción de aire, por cuanto se manejan solventes para el proceso de impresión en inkjet. En esta área se podrán realizar impresiones de leyendas como: “Precio de Venta al Público”, “Muestra Médica, Prohibida su Venta”, “MSP Medicamento Gratuito”, “IESS Prohibida su Venta”, entre otras. Se prohíbe, en esta área, la impresión del número de registro sanitario, lote, fecha de elaboración, fecha de vencimiento, tanto para medicamentos de fabricación nacional como extranjera; datos que deben ser impresos por el fabricante.

Art. 26.- El establecimiento deberá contar además con las siguientes áreas: control de calidad, administración, mantenimiento, vestidores, servicios higiénicos, comedor y servicio médico cuando corresponda de conformidad con la normativa laboral vigente.

Art. 27.- El área de mantenimiento se encargará de elaborar y ejecutar el plan anual de calibración, calificación de equipos y del mantenimiento de las instalaciones.

Capítulo VII

ALMACENAMIENTO DE LOS PRODUCTOS

Art. 35.- El establecimiento deberá contar con uno o ambos tipos de modelos de gestión operativa en las bodegas de almacenamiento, mismos que se detallan a

continuación: 1. Almacén organizado: a) Principio: Cada referencia tiene asignada una ubicación específica en el almacén y cada ubicación tiene asignadas referencias específicas; b) Características: Facilita la gestión manual del almacén y necesita pre-asignación de espacio (independientemente de existencias); c) En caso de almacén organizado, se cuenta con zonas perfectamente definidas e identificadas con barreras físicas como mallas metálicas que separan los productos en recepción y cuarentena, separados completamente de los productos aprobados; y, d) Se cuenta con áreas perfectamente delimitadas y de acceso restringido para los insumos y productos rechazados. 2. Almacén caótico: a) Principio: No existen ubicaciones pre-asignadas; los productos se almacenan según la disponibilidad de espacio existente; b) Características: Optimiza la utilización del espacio disponible en el almacén, acelera el almacenamiento de los productos recibidos, requiere sistemas de información electrónicos.

Art. 36.- Los productos se colocarán en pallets en buen estado, de madera, plástico o aluminio, a una altura de 15 a 20 cm del piso y adecuadamente espaciados entre sí, a fin de permitir la limpieza e inspección. El establecimiento deberá contar con un procedimiento operativo para el apilamiento, sobre los pallets, de los cartones que contienen productos, a fin de evitar que exista sobrepeso y se maltraten o afecten sus envases secundarios y primarios.

Art. 37.- Las áreas de la bodega de almacenamiento se mantendrán limpias y libres de desechos acumulados. Estarán debidamente equipadas con perchas y estanterías suficientes, identificadas y clasificadas de acuerdo a su función.

Art. 38.- Una vez ubicados los productos en las diferentes áreas de almacenamiento, para su distribución se aplicará el sistema FEFO (first expiry first out) o PEPS (primero que expira primero que sale), o el FIFO (first in first out) o PIPS (primero que ingresa primero que sale), según aplique.

Art. 39.- Los establecimientos garantizarán que los productos sean almacenados según las condiciones de temperatura y humedad detalladas por el fabricante, mismas que deberán corresponder a aquellas aprobadas en el proceso de Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria. Estas condiciones permitirán mantener y asegurar la estabilidad de dichos productos. Las temperaturas de almacenamiento que deben considerarse son:

- Temperatura ambiente: Máximo $30^{\circ}\text{C} \pm 2^{\circ}\text{C}$ (zona climática IV)
- Temperatura de refrigeración: $2 - 8^{\circ}\text{C}$.

Las condiciones de humedad relativa correspondiente a la zona climática IV son: $65 \pm 5\%$.

Art. 40.- Se realizará un estudio de las condiciones ambientales (mapeo) de la bodega de almacenamiento, para localizarlos puntos críticos de fluctuación de temperatura y humedad relativa (la más alta y la más baja). Dicho estudio se monitoreará por lo menos durante 7 días, mínimo 2 veces al día y se repetirá cada tres años o antes, si se han realizado modificaciones en el área de almacenamiento, de lo cual se contará con los registros respectivos. Este estudio determinará la ubicación de los diferentes tipos de productos en esta área, de acuerdo con las condiciones de

almacenamiento aprobadas en el proceso de obtención del Registro Sanitario correspondiente.

Art. 41.- Los envases primarios y secundarios de los medicamentos y demás productos no se destruirán, ni alterarán; se conservará siempre el empaque original del fabricante, el cual debe ser el aprobado en el proceso de otorgamiento de Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria.

Art. 42.- Se llevará un registro manual o computarizado en el cual se consigne el número de lote, fecha de expiración y cantidad del producto. Ésta información se verificará periódicamente, cuando aplique. Se realizarán inventarios periódicos de las existencias de los productos, con el fin de llevar a cabo el control de los mismos, lo que será útil para: a) Verificar el registro de existencias; b) Identificar la existencia de excedentes; c) Verificar la existencia de pérdidas o mermas; d) Controlar la fecha de caducidad de los productos; e) Verificar condiciones de almacenamiento; y, f) Planificar futuras adquisiciones. La no conciliación de los datos en el control de existencias de los productos, será investigada de acuerdo a los procedimientos elaborados para el efecto por el establecimiento.

Art. 43.- Se tomarán las precauciones necesarias para prevenir el ingreso de personal no autorizado a las áreas de almacenamiento.

Art. 44.- Se prohíbe fumar, comer o beber en las bodegas de almacenamiento. Se colocarán letreros y pictogramas con esta prohibición en lugares visibles. También se colocarán letreros en los baños, que indiquen al personal que debe lavarse las manos antes de regresar a sus actividades. Art. 45.- Las actividades de mantenimiento de equipos, instrumentos, sistemas de aire, instalaciones u otros en las bodegas de almacenamiento, serán programadas, documentadas y ejecutadas mediante la aplicación de procedimientos, registros y controles, para evitar riesgos de contaminación de los productos.

Capítulo IX

DISTRIBUCIÓN Y TRANSPORTE DE PRODUCTOS

Art. 59.- El despacho de los productos, se realizará de forma tal que se evite confusión, debiendo efectuarse las siguientes verificaciones:

- a) Recepción del pedido;
- b) Que los productos seleccionados para el embalaje correspondan a los solicitados;
- c) Que la etiqueta de los bultos o cartones que contienen el producto no sea fácilmente desprendible; e,
- d) Identificación de los lotes para cada destinatario.

Art. 60.- Los métodos de embalaje deben garantizar la adecuada conservación de los diferentes tipos de productos durante el transporte, en particular de los productos termolábiles y frágiles.

Art. 61.- La distribución se efectuará estableciendo un sistema que asegure la adecuada rotación de los productos, respetando el sistema FEFO (PEPS) o FIFO (PIPS), según corresponda.

Art. 62.- Todas las operaciones realizadas respecto a la distribución y transporte deberán contar con los documentos respectivos, que permitan obtener toda la información que garantice, en caso necesario, el retiro de cada unidad de lote distribuida.

Art. 63.- La revisión de los documentos de cada lote distribuido, permitirá realizar la trazabilidad de los datos referentes al importador, al proveedor y al producto; para el efecto dichos documentos deberán contener lo siguiente: nombre concentración, forma farmacéutica cuando aplique, número de lote, cantidad recibida, cantidad despachada a cada cliente, tiempo de permanencia en el establecimiento y fecha de distribución.

Art. 64.- La distribución se debe realizar en cajas o recipientes que no afecten la calidad de los productos y los protejan de factores externos.

Art. 65.- Las cajas o recipientes de los productos se colocarán en los vehículos, de forma sistemática, de tal manera que el producto que se va a entregar primero sea el último en subir al transporte.

Art. 66.- Es responsabilidad del establecimiento:

a) Disponer de la infraestructura necesaria para garantizar el cumplimiento de las Buenas Prácticas de Almacenamiento,

Distribución y Transporte en el proceso de transporte de los productos;

b) Asegurar que los productos sean transportados siguiendo procedimientos operativos que garanticen su integridad;

c) Que tanto los productos como los cartones o recipientes que los contienen conserven su identificación;

d) Que no se encuentren contaminados por otros materiales, para lo cual se los ordenará según el tipo de producto. En un mismo traslado, transportarán productos afines para evitar contaminación, de conformidad con los procedimientos implementados por cada establecimiento;

e) Que los productos sean ubicados en ambientes con higiene y limpieza adecuadas, sin compartir el espacio con materiales de naturaleza incompatible;

f) Tomar las precauciones necesarias para evitar rupturas, derrames;

g) Tomar las medidas de seguridad necesarias para evitar robos de los productos; y,

h) Que los productos que requieran conservación a temperatura controlada, sean transportados por medios apropiados, de manera que garanticen el mantenimiento de la temperatura requerida.

Art. 67.- Se deberá contar con procedimientos para el transporte de los productos, que describan todas las operaciones que se realizan, para garantizar su calidad durante la transportación.

Art. 68.- El establecimiento garantizará que el conductor del vehículo esté capacitado para el manejo y transporte de medicamentos, dispositivos médicos y demás productos a que se refiere el presente instrumento legal, en condiciones de temperatura ambiente o en cadena de frío.

El conductor debe estar capacitado para reportar cualquier incidente y tomar las medidas pertinentes en caso de emergencia; además recibirá entrenamiento sobre cómo verificar diariamente su vehículo.

Se deben llevar registros del entrenamiento a los transportistas, bitácoras de los vehículos y reportes de accidente.

Art. 69.- El vehículo de transporte, deberá preservar la integridad y seguridad del producto, en relación a las condiciones externas de temperatura, humedad, luz o posibles contaminantes, así como del ataque de plagas; y mantendrá las condiciones de conservación en todo momento hasta la entrega al destinatario.

Art. 70.- En el momento de la entrega, el conductor deberá permitir al responsable de la recepción del producto la verificación de las condiciones del vehículo.

Art. 71.- En el caso de que se transporten productos que no necesiten cadena de frío, el cajón del vehículo dispondrá de algún tipo de aislamiento o acondicionamiento especial para evitar temperaturas extremas.

Art. 72.- El cajón del vehículo deberá cerrarse con llave o con medidas de seguridad equivalentes. Se evitará abrir dicho cajón fuera de los lugares de origen o destino.

Art. 73.- Los productos sujetos a condiciones específicas de temperatura, se tratarán según las indicaciones específicas del fabricante.

Art. 74.- Las condiciones de temperatura y humedad deberán mantenerse y ser registradas durante todo el recorrido. Los equipos utilizados para tal efecto deben estar calibrados y se incluirán en un plan de mantenimiento preventivo. Si estos registros evidencian la existencia de desviaciones en el mantenimiento de las condiciones durante el transporte, será preciso evaluar y documentar el estado del producto según los procedimientos establecidos.

Todos los registros de humedad y temperatura generados durante el transporte de los productos contemplados en el presente Reglamento, se archivarán y estarán disponibles en los establecimientos.

Art. 75.- Los vehículos que cuenten con sistemas de refrigeración, estarán provistos de dispositivos de registro de temperatura continua o de otros dispositivos para control de cadena de frío (por ejemplo, monitores portátiles) colocados dentro de la carga, y situados en los puntos más críticos del vehículo, definidos por los establecimientos, para garantizar que la temperatura en toda la carga sea aceptable.

Art. 76.- Los productos que requieren temperatura de almacenamiento entre dos y ocho grados centígrados (2 y 8 °C), no serán expuestos a congelación, ni por breves períodos de tiempo.

Art. 77.- El establecimiento deberá capacitar e informar por escrito al conductor sobre las condiciones ambientales y de transporte para el producto a ser trasladado. Se mantendrán en el establecimiento los registros de capacitación respectivos.

Art. 78.- Las averías de carga, el incumplimiento de las condiciones de conservación especificadas, entre otros, se deberán registrar, investigar y comunicar por escrito al contratante.

Art. 79.- En caso de imposibilidad de finalizar la operación de transporte, el conductor comunicará inmediatamente lo ocurrido al contratante y al químico farmacéutico o bioquímico farmacéutico, responsable técnico del establecimiento, del cual salieron los productos para su distribución.

Art. 80.- En caso de siniestro o robo, el transportista comunicará inmediatamente lo sucedido al contratante o al establecimiento responsable de los productos. El titular del Registro Sanitario o Notificación Sanitaria Obligatoria, notificará la novedad a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria ARCSA, sin perjuicio de otras acciones pertinentes.

Art. 81.- Todo el personal involucrado en la cadena de distribución y transporte, deberá estar capacitado y los registros de dicha capacitación estarán disponibles en el establecimiento responsable de los productos.

Art. 82.- El transporte de radiofármacos, estará sujeto a las normas legales que regulan el transporte de materiales radiactivos.

Ley Orgánica de Salud (2012)

Capítulo III

DE LOS MEDICAMENTOS

Art. 153.- Todo medicamento debe ser comercializado en establecimientos legalmente autorizados. Para la venta al público se requiere de receta emitida por

profesionales facultados para hacerlo, a excepción de los medicamentos de venta libre, clasificados como tales con estricto apego a normas farmacológicas actualizadas, a fin de garantizar la seguridad de su uso y consumo.

Art. 154.- El Estado garantizará el acceso y disponibilidad de medicamentos de calidad y su uso racional, priorizando los intereses de la salud pública sobre los económicos y comerciales.

Promoverá la producción, importación, comercialización, dispensación y expendio de medicamentos genéricos con énfasis en los esenciales, de conformidad con la normativa vigente en la materia. Su uso, prescripción, dispensación y expendio es obligatorio en las instituciones de salud pública.

Art. 155.- Los medicamentos en general, incluyendo los productos que contengan nuevas entidades químicas que obtengan registro sanitario nacional y no sean comercializados por el lapso de un año, serán objeto de cancelación de dicho registro sanitario.

Art. 156.- La autoridad sanitaria nacional autorizará la importación de medicamentos en general, en las cantidades necesarias para la obtención del requisito sanitario, de conformidad con lo previsto en el reglamento correspondiente.

Art. 157.- La autoridad sanitaria nacional garantizará la calidad de los medicamentos en general y desarrollará programas de fármaco vigilancia y estudios de utilización de medicamentos, entre otros, para precautelar la seguridad de su uso y consumo. Además realizará periódicamente controles pos registro y estudios de utilización de medicamentos para evaluar y controlar los estándares de calidad, seguridad y eficacia y sancionar a quienes comercialicen productos que no cumplan dichos estándares, falsifiquen o adulteren los productos farmacéuticos.

Art. 158.- El desarrollo, la producción, manipulación, uso, almacenamiento, transporte, distribución, importación, comercialización y expendio de productos nutracéuticos, será permitido cuando se demuestre técnica y científicamente ante la autoridad sanitaria nacional, su seguridad para el consumidor y el ambiente. El registro y control sanitarios de estos productos se sujetará a las regulaciones vigentes para medicamentos.

Art. 159.- Corresponde a la autoridad sanitaria nacional la fijación, revisión y control de precios de los medicamentos de uso y consumo humano a través del Consejo Nacional de Fijación y Revisión de Precios de Medicamentos de Uso Humano, de conformidad con la ley. Se prohíbe la comercialización de los productos arriba señalados sin fijación o revisión de precios.

Art. 160.- (Sustituido por la Disposición Reformatoria Décimo Séptima de la Ley s/n, R.O. 555-S, 13-X-2011).- En ningún caso los gastos de promoción y

publicidad se podrán considerar como parte de la estructura de costos para el análisis de fijación de precios.

Art. 161.- Para la fijación y revisión de precios de medicamentos importados, se considerará el precio en el puerto de embarque (FOB) del país de origen del producto, el mismo que no podrá ser superior a los precios de venta al distribuidor o mayorista del país de origen.

Art. 162.- Los precios de venta al público deben estar impresos en los envases de manera que no puedan ser removidos. Se prohíbe alterar los precios o colocar etiquetas que los modifiquen.

Art. 163.- Los laboratorios farmacéuticos, distribuidoras farmacéuticas, casas de representación de medicamentos, dispositivos médicos, productos dentales, reactivos bioquímicos y de diagnóstico, en las ventas que realicen a las instituciones públicas descontarán un porcentaje no inferior al 15% del precio de venta a farmacia.

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. MODALIDADES DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo del presente proyecto se tomaron en cuenta varios aspectos generales para establecer los lineamientos necesarios para la recolección de la información que ayudarán a determinar los parámetros necesarios que deben tener los operadores logísticos para calificar para el transporte y distribución de Nutraceuticos en el cantón de Guayaquil. Por lo cual, se determinó que es necesario emplear la modalidad cuantitativa y cualitativa para extraer la información de fuentes primarias y secundarios que permitan conocer a detalle la problemática de la investigación.

Otro punto importante que se consideró es cumplir los objetivos propuestos previamente por medio de la recolección de información.

3.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Se utilizó el tipo de investigación cuantitativo para recabar la información para cumplir con los objetivos tanto generales como específicos y validar la hipótesis establecida que según (Roberto Hernández Sampieri, 2006) señala que:

“el tipo de investigación cuantitativo consiste “en utilizar la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población”. (pág. 5)

Por otro lado, también se usará la investigación cualitativa que según (Roberto Hernández Sampieri, 2006) se basa “en utilizar la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”. (pág. 8)

Finalmente, como complemento se empleará la investigación descriptiva para describir y analizar a detalle los resultados obtenidos que según (Naghi, 2010) menciona que “La investigación descriptiva es una forma de estudio para saber quién, dónde, cuándo, cómo y porqué del sujeto de estudio. En otras palabras, la información obtenida en un estudio descriptivo, explica perfectamente a una organización objetos, conceptos y cuentas” (pág. 91).

Por lo tanto, los resultados de la encuesta servirán de base para el desarrollo del capítulo cuatro.

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE EVALUACIÓN

Con el objetivo de realizar un estudio a profundidad que permita validar la hipótesis se empleará la encuesta que contendrá varias preguntas empleadas fueron de tipo cerrada y que según su forma de contestación será dicotómicas y categorizadas.

3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

En este trabajo de investigación, se determinó que la población está conformada por los datos del Registro Nacional de los operadores postales (local, nacional e

internacional) de la Agencia Nacional Postal son 1,011 correspondiente a septiembre 2015, de los cuales solamente 136 tienen operaciones en la ciudad de Guayaquil. De estas empresas se encuestará a 3 clientes potenciales para poder validar el nivel de servicio que brinda, así como la capacidad de respuesta. Nuestro tamaño de la muestra es 101.

Figura 1. Cálculo de la Muestra

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Elaborado por: Las Autoras

Dónde:

- n = Es el tamaño de la muestra 101 empresas.
- N = Es el tamaño de la población. En nuestro ejercicio el tamaño de la población es de 136 empresas.
- σ^2 = Desviación estándar de la población.
- Z^2 = Valor obtenidos mediante niveles de confianza. Es un valor constante que si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza.
- e^2 = Límite aceptable de error muestral, suele utilizarse un valor que varía entre 1% y 9%, valor que queda a criterio del evaluador. Para nuestro ejercicio consideraremos un margen de error del 5%.

El resultado de esta fórmula nos indica que, en nuestra población de empresas reguladas como operadores postales certificados solo se deberá encuestar 101. Por lo tanto, si encuestamos a 136 empresas, el 95% de las veces el dato real que se busca, estará en el intervalo $\pm 5\%$ respecto al dato que observaremos en la encuesta.

3.5. TABULACIÓN, ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS EN LA INVESTIGACIÓN.

La tabulación de los resultados de la encuesta se realizará mediante IBM SPSS Statistic Visor, que nos aportará precisión en los datos interpretados.

Los procedimientos estadísticos para el análisis de los datos de las encuestas será ordenar los datos, describir las muestras, verificar la confiabilidad de las mediciones.

En este estudio se utilizará una estadística descriptiva cuyo propósito será describir las características de las muestras, detallar los valores obtenidos a partir de la medición de las variables. Mediante la utilización de Distribución de Frecuencias; Medidas de Tendencia Central como (media, mediana y moda); Medidas de Dispersión (Rango, Varianza, Desviación Estándar). Los gráficos se representarán a través de Histogramas.

Tabla 2. Resumen de Encuestas

		Estadísticos															
		1. La empresa dispone de un equipo empresarial capaz, creativo y con espíritu emprendedor.	2. La empresa posee un recurso humano motivado, profesionalmente preparado y poseedor de un consolidado capital intelectual.	3. La empresa cuenta con una estructura organizacional flexible que le permita adaptarse a los cambios del entorno interno y externo.	4. La empresa cuenta con el capital suficiente para emprender procesos de mejora y crecimiento.	5. La empresa cuenta con infraestructura física básica adecuada a las necesidades del manejo de productos farmacéuticos.	6. La empresa posee infraestructura complementaria que permite satisfacer necesidades de los productos objeto de estudio.	7. El proceso de prestación de servicios de la empresa es coherente con los objetivos organizacionales, la misión, visión establecidos por la misma.	8. La empresa tiene identificados los procesos claves (procesos implicados en la creación del producto o servicio) y de apoyo (sustentan los procesos clave, proporcionan tecnología, recurso humano) que componen la cadena de valor.	9. La empresa dispone de información sobre el desempeño de sus procesos clave y de apoyo.	10. La empresa cuenta con herramientas y metodologías para determinar si la oferta de servicios que brinda esta de acuerdo a la demanda y tendencias del mercado.	11. La empresa promueve el desarrollo e innovación en los servicios que ofrece.	12. La empresa conoce las necesidades y prioridades que el cliente requiere atendiendo posibles acciones de mejora en función de éstas.	13. La empresa proporciona a sus clientes demás de la que necesita otros beneficios o servicios postventa.	14. La empresa conoce cómo son evaluados por sus clientes los servicios que ofrece.	15. La empresa se evalúa constantemente con el objeto de identificar los factores que debe mejorar para incrementar el nivel de satisfacción al cliente y la penetración en el mercado.	
N	Válido	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101	101
	Perdidos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Media		1,9406	2,3663	2,6535	1,7525	2,0495	1,5248	1,1287	2,5545	2,7426	2,1089	2,0000	1,1485	1,9208	1,4950	1,4358	
Mediana		2,0000	3,0000	3,0000	2,0000	2,0000	1,0000	1,0000	3,0000	3,0000	2,0000	2,0000	1,0000	2,0000	1,0000	1,0000	
Moda		1,00	3,00	3,00	2,00	2,00	1,00	1,00	3,00	3,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	
Desviación estándar		1,03751	,80898	,92126	,65431	,85295	,93375	,57729	,71380	,67310	,66183	,66332	,53840	,68823	,68737	,92104	
Varianza		1,076	,654	,849	,428	,728	,872	,333	,510	,453	,438	,440	,288	,474	,472	,848	
Rango		4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	
Mínimo		1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	
Máximo		5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En esta tabla de Distribución de frecuencia se muestran todos los resultados de las preguntas, realizada a los 101 clientes objeto de estudio.

1. ¿La empresa dispone de un equipo empresarial capaz, creativo y con espíritu emprendedor?

Tabla 3. La empresa dispone de un equipo empresarial capaz, creativo y con espíritu emprendedor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pésimo	43	42,6	42,6	42,6
	Regular	33	32,7	32,7	75,2
	Bueno	15	14,9	14,9	90,1
	Muy Bueno	8	7,9	7,9	98,0
	Excelente	2	2,0	2,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

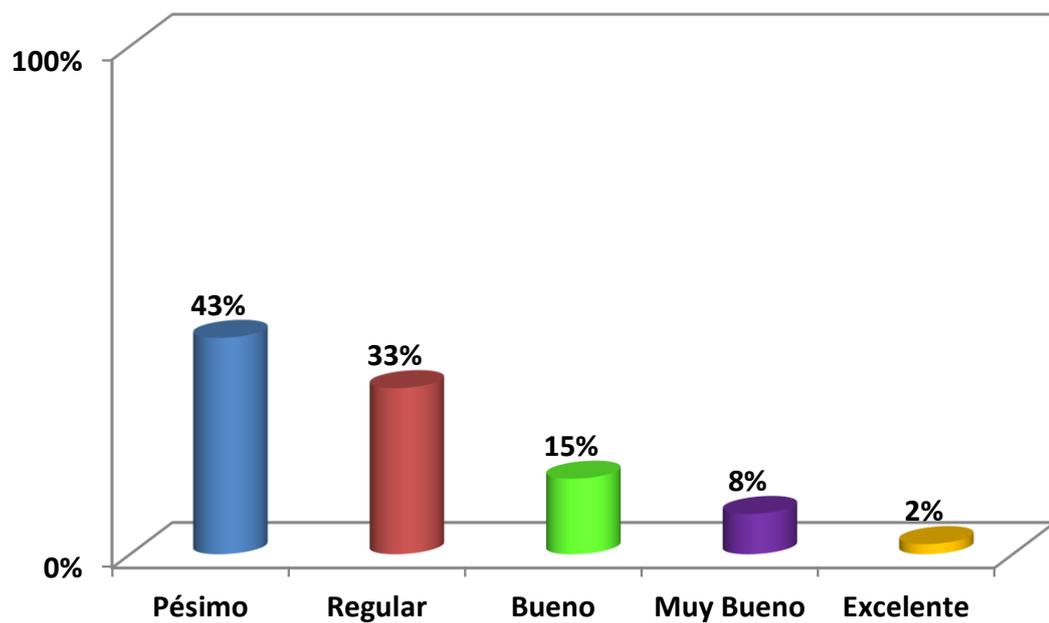
Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En la tabla de Distribución de frecuencia de la pregunta 1, el rango general potencial de la escala era de 1 al 5, siendo 1 “Pésimo” y 5 “Excelente”. La interpretación de las respuestas en la pregunta 1, se pudo evidenciar por los datos observados que la respuesta que más se repitió fue la opción 1 “Pésimo” que equivale al

42.6% de los datos tabulados. Solo 2 encuestados calificaron como “Excelente” las puntuaciones.

Gráfico 1. La empresa dispone de un equipo empresarial capaz, creativo y con espíritu emprendedor



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

El gráfico de histograma nos muestra que dentro de los 101 encuestados, la media de los valores se ubica en 1.94 con una desviación de los datos de 1.04.

2. ¿La empresa posee un recurso humano motivado, profesionalmente preparado y poseedor de un consolidado capital intelectual?

Tabla 4. La empresa posee un recurso humano motivado, profesionalmente preparado y poseedor de un consolidado capital intelectual

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pésimo	17	16,8	16,8
	Regular	33	32,7	49,5
	Bueno	49	48,5	98,0
	Muy Bueno	1	1,0	99,0
	Excelente	1	1,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0

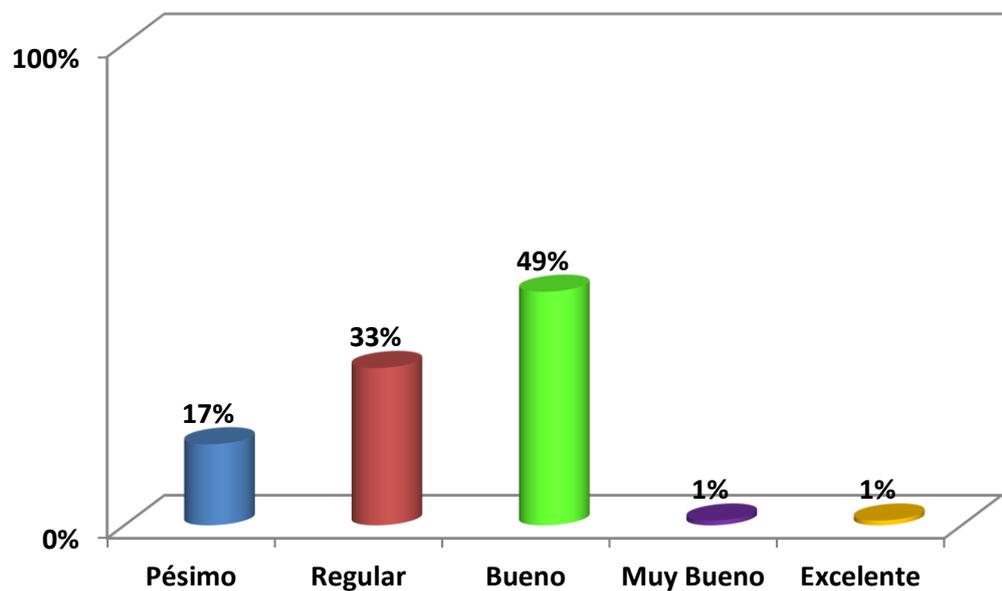
Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En la tabla de Distribución de frecuencia de la pregunta 1, el rango general potencial de la escala era de 1 al 5, siendo 1 “Pésimo” y 5 “Excelente”. La interpretación de las respuestas en la pregunta 2, se pudo evidenciar por los datos observados que la respuesta que más se repitió fue la opción 3 “Bueno” que equivale al

48.5% de los datos tabulados. Solo 1 encuestado calificaron como “Excelente” las puntuaciones.

Gráfico 2. La empresa posee un recurso humano motivado, profesionalmente preparado y poseedor de un consolidado capital intelectual



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

El gráfico de histograma nos muestra que dentro de los 101 encuestados, la media de los valores se ubica en 2.37 con una desviación de los datos de 0.81. Siendo “Bueno” la opción con una aceptación del 49%.

3. ¿La empresa cuenta con una estructura organizacional flexible que le permita adaptarse a los cambios del entorno interno y externo?

Tabla 5. La empresa cuenta con una estructura organizacional flexible que le permita adaptarse a los cambios del entorno interno y externo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pésimo	13	12,9	12,9	12,9
	Regular	24	23,8	23,8	36,6
	Bueno	52	51,5	51,5	88,1
	Muy Bueno	9	8,9	8,9	97,0
	Excelente	3	3,0	3,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

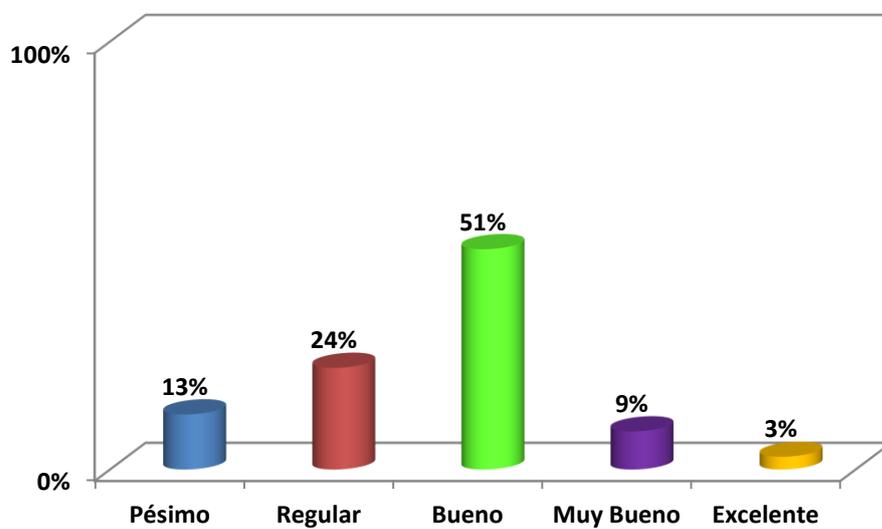
Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En la tabla de Distribución de frecuencia de la pregunta 1, el rango general potencial de la escala era de 1 al 5, siendo 1 “Pésimo” y 5 “Excelente”. La interpretación de las respuestas en la pregunta 3, se pudo evidenciar por los datos observados que la respuesta que más se repitió fue la opción 3 “Bueno” que equivale al

51.5% de los datos tabulados. Solo 3 encuestados calificaron como “Excelente” las puntuaciones.

Gráfico 3. La empresa cuenta con una estructura organizacional flexible que le permita adaptarse a los cambios del entorno interno y externo



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

El gráfico de histograma nos muestra que dentro de los 101 encuestados, la media de los valores se ubica en 2.65 con una desviación de los datos de 0.92. La opción con mayor incidencia es “Bueno” con una aceptación del 51%.

4. ¿La empresa cuenta con el capital suficiente para emprender procesos de mejora y crecimiento?

Tabla 6. La empresa cuenta con el capital suficiente para emprender procesos de mejora y crecimiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pésimo	33	32,7	32,7	32,7
	Regular	63	62,4	62,4	95,0
	Bueno	3	3,0	3,0	98,0
	Muy Bueno	1	1,0	1,0	99,0
	Excelente	1	1,0	1,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

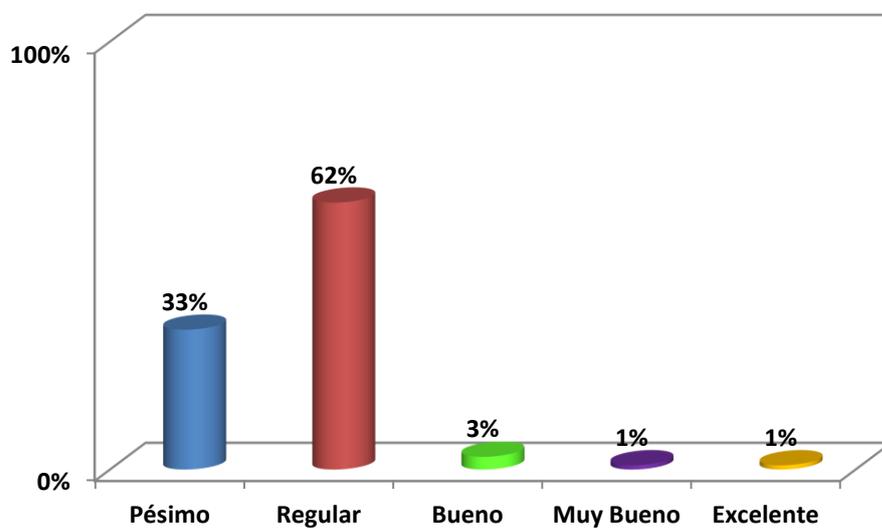
Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En la tabla de Distribución de frecuencia de la pregunta 1, el rango general potencial de la escala era de 1 al 5, siendo 1 “Pésimo” y 5 “Excelente”. La interpretación de las respuestas en la pregunta 4, se pudo evidenciar por los datos observados que la respuesta que más se repitió fue la opción 2 “Regular” que equivale

al 62.4% de los datos tabulados. Solo 1 encuestado calificaron como “Excelente” las puntuaciones.

Gráfico 4. La empresa cuenta con el capital suficiente para emprender procesos de mejora y crecimiento



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

El gráfico de histograma nos muestra que dentro de los 101 encuestados, la media de los valores se ubica en 1.75 con una desviación de los datos de 0.65. La opción con más aceptación es “Regular” con el 62% de aceptación.

5. ¿La empresa cuenta con infraestructura física básica adecuada a las necesidades del manejo de productos farmacéuticos?

Tabla 7. La empresa cuenta con infraestructura física básica adecuada a las necesidades del manejo de productos farmacéuticos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pésimo	26	25,7	25,7	25,7
	Regular	50	49,5	49,5	75,2
	Bueno	21	20,8	20,8	96,0
	Muy Bueno	2	2,0	2,0	98,0
	Excelente	2	2,0	2,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

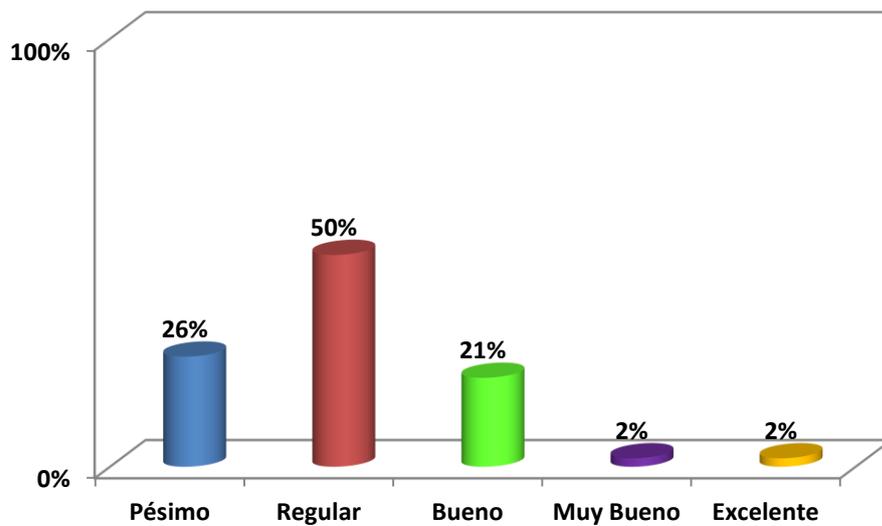
Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En la tabla de Distribución de frecuencia de la pregunta 1, el rango general potencial de la escala era de 1 al 5, siendo 1 “Pésimo” y 5 “Excelente”. La interpretación de las respuestas en la pregunta 5, se pudo evidenciar por los datos observados que la respuesta que más se repitió fue la opción 2 “Regular” que equivale

al 49.5% de los datos tabulados. Solo 2 encuestados calificaron como “Excelente” las puntuaciones.

Gráfico 5. La empresa cuenta con infraestructura física básica adecuada a las necesidades del manejo de productos farmacéuticos



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

El gráfico de histograma nos muestra que dentro de los 101 encuestados, la media de los valores se ubica en 2.05 con una desviación de los datos de 0.85.

6. ¿La empresa posee infraestructura complementaria que permite satisfacer necesidades de los productos objeto de estudio?

Tabla 8. La empresa posee infraestructura complementaria que permite satisfacer necesidades de los productos objeto de estudio.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pésimo	70	69,3	69,3	69,3
	Regular	16	15,8	15,8	85,1
	Bueno	10	9,9	9,9	95,0
	Muy Bueno	3	3,0	3,0	98,0
	Excelente	2	2,0	2,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

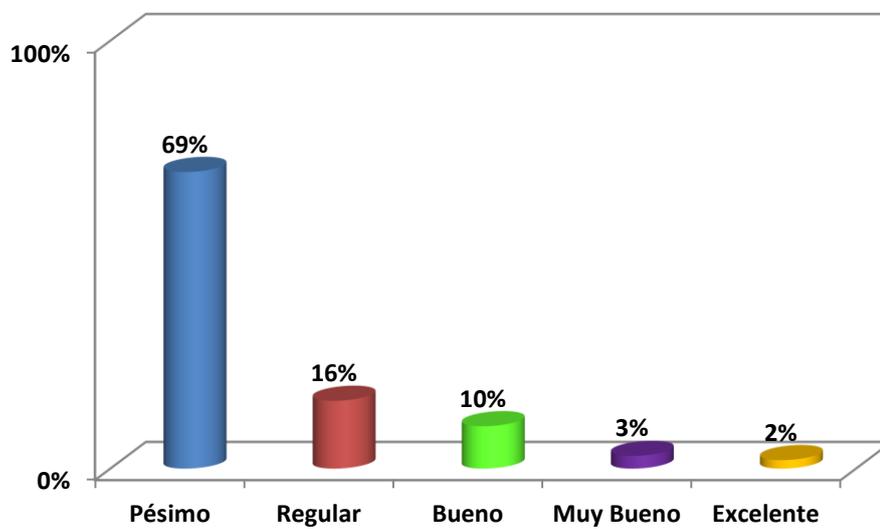
Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En la tabla de Distribución de frecuencia de la pregunta 1, el rango general potencial de la escala era de 1 al 5, siendo 1 “Pésimo” y 5 “Excelente”. La interpretación de las respuestas en la pregunta 6, se pudo evidenciar por los datos observados que la respuesta que más se repitió fue la opción 1 “Pésimo” que equivale al

69.3% de los datos tabulados. Solo 2 encuestados calificaron como “Excelente” las puntuaciones.

Gráfico 6. La empresa posee infraestructura complementaria que permite satisfacer necesidades de los productos objeto de estudio



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

El gráfico de histograma nos muestra que dentro de los 101 encuestados, la media de los valores se ubica en 1.52 con una desviación de los datos de 0.93. La opción con mayor aceptación fue “Pésimo” con el 69% de incidencia.

7. ¿El proceso de prestación de servicios de la empresa es coherente con los objetivos organizacionales, la misión, visión establecidos por la misma?

Tabla 9. El proceso de prestación de servicios de la empresa es coherente con los objetivos organizacionales, la misión, visión establecidos por la misma.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pésimo	95	94,1	94,1	94,1
	Regular	2	2,0	2,0	96,0
	Bueno	2	2,0	2,0	98,0
	Muy Bueno	1	1,0	1,0	99,0
	Excelente	1	1,0	1,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

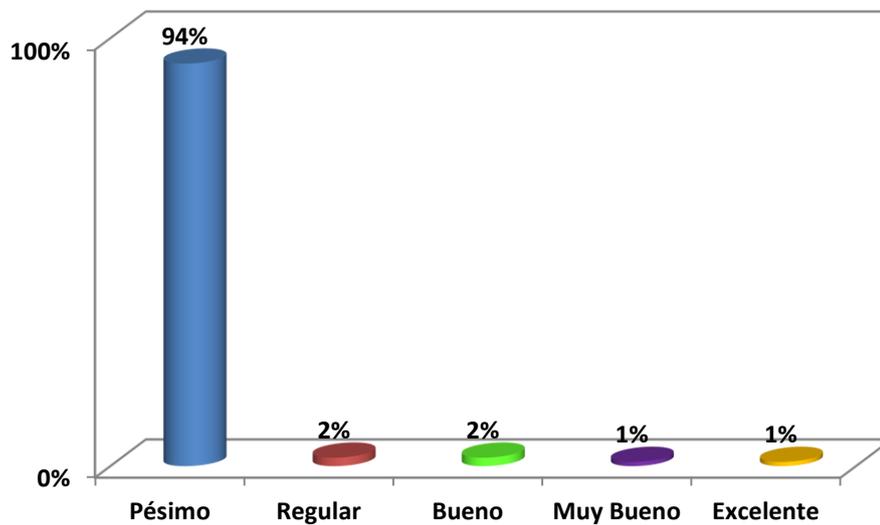
Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En la tabla de Distribución de frecuencia de la pregunta 1, el rango general potencial de la escala era de 1 al 5, siendo 1 “Pésimo” y 5 “Excelente”. La

interpretación de las respuestas en la pregunta 7, se pudo evidenciar por los datos observados que la respuesta que más se repitió fue la opción 1 “Pésimo” que equivale al 94.1% de los datos tabulados. Solo 2 encuestados calificaron como “Excelente” las puntuaciones.

Gráfico 7. El proceso de prestación de servicios de la empresa es coherente con los objetivos organizacionales, la misión, visión establecidos por la misma



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

El gráfico de histograma nos muestra que dentro de los 101 encuestados, la media de los valores se ubica en 1.12 con una desviación de los datos de 0.57.

8. ¿La empresa tiene identificados los procesos claves (procesos implicados en la creación del producto o servicio) y de apoyo (sustentan los procesos clave, proporcionan insumos, tecnología, recurso humano) que componen la cadena de valor?

Tabla 10. La empresa tiene identificados los procesos claves y de apoyo que componen la cadena de valor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pésimo	10	9,9	9,9	9,9
	Regular	27	26,7	26,7	36,6
	Bueno	63	62,4	62,4	99,0
	Excelente	1	1,0	1,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

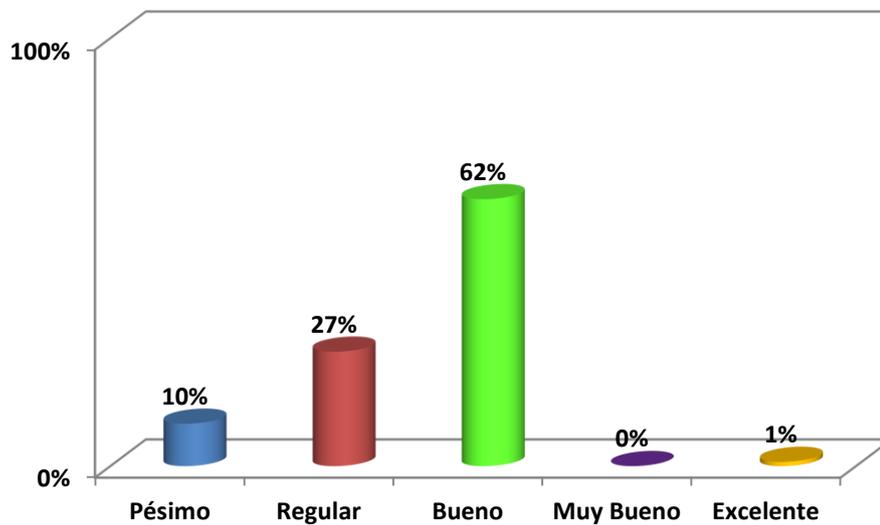
Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En la tabla de Distribución de frecuencia de la pregunta 1, el rango general potencial de la escala era de 1 al 5, siendo 1 “Pésimo” y 5 “Excelente”. La interpretación de las respuestas en la pregunta 8, se pudo evidenciar por los datos observados que la respuesta que más se repitió fue la opción 3 “Regular” que equivale

al 62.4% de los datos tabulados. Solo 2 encuestados calificaron como “Excelente” las puntuaciones.

Gráfico 8. La empresa tiene identificados los procesos claves (procesos implicados en la creación del producto o servicio) y de apoyo (sustentan los procesos clave, proporcionan insumos, tecnología, recurso humano) que componen la cadena de valor



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

El gráfico de histograma nos muestra que dentro de los 101 encuestados, la media de los valores se ubica en 2.55 con una desviación de los datos de 0.71

9. ¿La empresa dispone de información sobre el desempeño de sus procesos clave y de apoyo?

Tabla 11. La empresa dispone de información sobre el desempeño de sus procesos clave y de apoyo.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pésimo	2	2,0	2,0	2,0
	Regular	31	30,7	30,7	32,7
	Bueno	61	60,4	60,4	93,1
	Muy Bueno	5	5,0	5,0	98,0
	Excelente	2	2,0	2,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

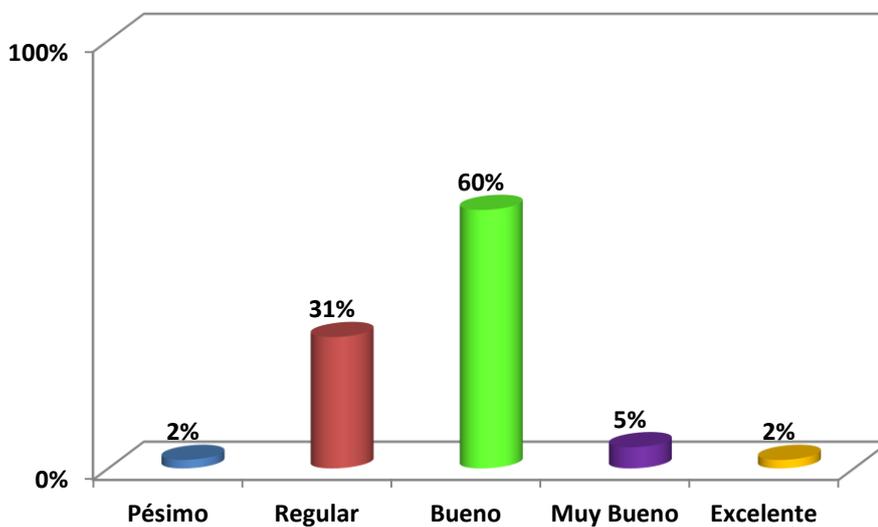
Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En la tabla de Distribución de frecuencia de la pregunta 1, el rango general potencial de la escala era de 1 al 5, siendo 1 “Pésimo” y 5 “Excelente”. La interpretación de las respuestas en la pregunta 1, se pudo evidenciar por los datos

observados que la respuesta que más se repitió fue la opción 9 “Bueno” que equivale al 60.4% de los datos tabulados. Solo 2 encuestados calificaron como “Excelente” las puntuaciones.

Gráfico 9. La empresa dispone de información sobre el desempeño de sus procesos clave y de apoyo



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

El gráfico de histograma nos muestra que dentro de los 101 encuestados, la media de los valores se ubica en 2.74 con una desviación de los datos de 0.67.

10. ¿La empresa cuenta con herramientas y metodologías para determinar si la oferta de servicios que brinda está de acuerdo a la demanda y tendencias del mercado?

Tabla 12. La empresa cuenta con herramientas y metodologías para determinar si la oferta de servicios que brinda está de acuerdo a la demanda y tendencias del mercado.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pésimo	8	7,9	7,9	7,9
	Regular	81	80,2	80,2	88,1
	Bueno	7	6,9	6,9	95,0
	Muy Bueno	3	3,0	3,0	98,0
	Excelente	2	2,0	2,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

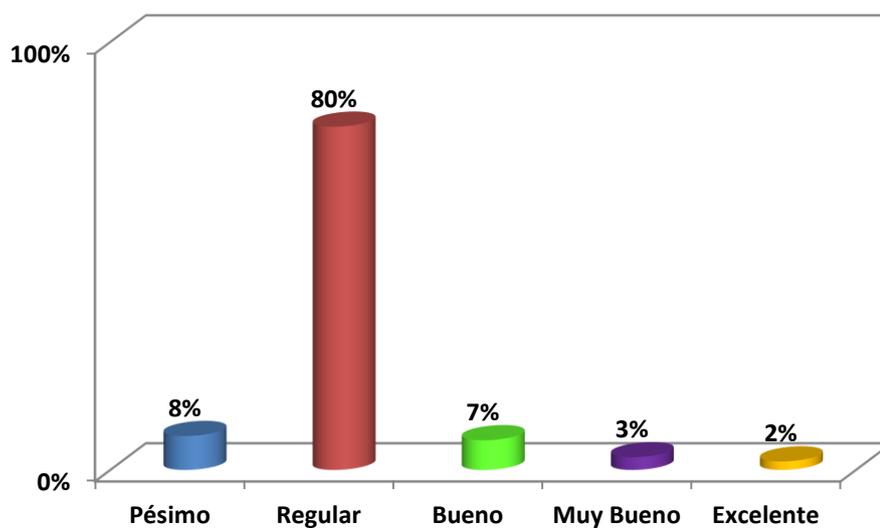
Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En la tabla de Distribución de frecuencia de la pregunta 1, el rango general potencial de la escala era de 1 al 5, siendo 1 “Pésimo” y 5 “Excelente”. La

interpretación de las respuestas en la pregunta 1, se pudo evidenciar por los datos observados que la respuesta que más se repitió fue la opción 10 “Regular” que equivale al 80.2% de los datos tabulados. Solo 2 encuestados calificaron como “Excelente” las puntuaciones.

Gráfico 10. La empresa cuenta con herramientas y metodologías para determinar si la oferta de servicios que brinda está de acuerdo a la demanda y tendencias del mercado



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

El gráfico de histograma nos muestra que dentro de los 101 encuestados, la media de los valores se ubica en 2.11 con una desviación de los datos de 0.66.

11. ¿La empresa promueve el desarrollo e innovación en los servicios que ofrece?

Tabla 13. La empresa promueve el desarrollo e innovación en los servicios que ofrece.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pésimo	16	15,8	15,8	15,8
	Regular	74	73,3	73,3	89,1
	Bueno	7	6,9	6,9	96,0
	Muy Bueno	3	3,0	3,0	99,0
	Excelente	1	1,0	1,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

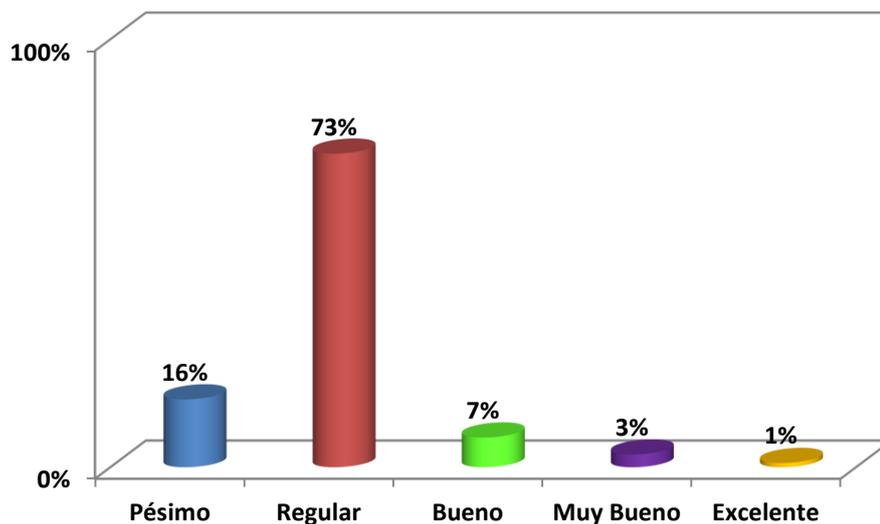
Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En la tabla de Distribución de frecuencia de la pregunta 1, el rango general potencial de la escala era de 1 al 5, siendo 1 “Pésimo” y 5 “Excelente”. La

interpretación de las respuestas en la pregunta 1, se pudo evidenciar por los datos observados que la respuesta que más se repitió fue la opción 11 “Regular” que equivale al 73.3% de los datos tabulados. Solo 1 encuestados calificaron como “Excelente” las puntuaciones.

Gráfico 11. La empresa promueve el desarrollo e innovación en los servicios que ofrece



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

El gráfico de histograma nos muestra que dentro de los 101 encuestados, la media de los valores se ubica en 2.00 con una desviación de los datos de 0.66.

12. ¿La empresa conoce las necesidades y prioridades que el cliente requiere atendiendo posibles acciones de mejora en función de éstas?

Tabla 14. La empresa conoce las necesidades y prioridades que el cliente requiere atendiendo posibles acciones de mejora en función de éstas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pésimo	91	90,1	90,1	90,1
	Regular	7	6,9	6,9	97,0
	Bueno	2	2,0	2,0	99,0
	Excelente	1	1,0	1,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

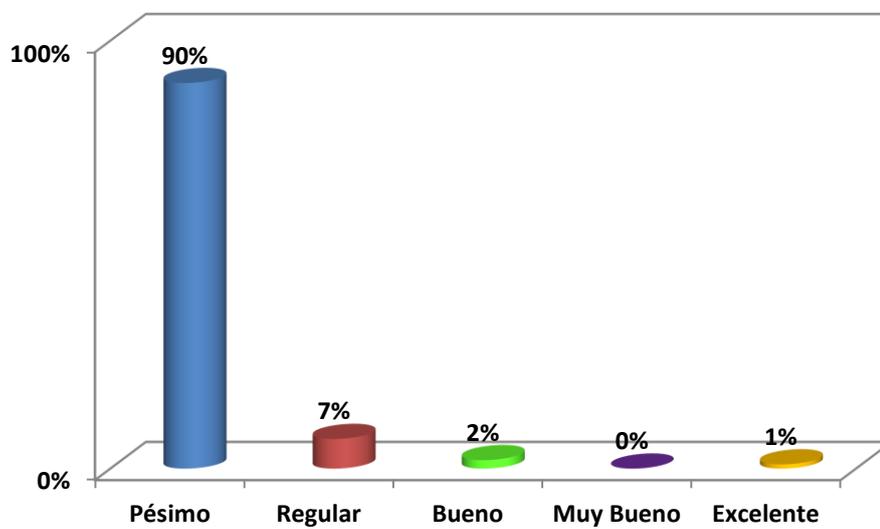
Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En la tabla de Distribución de frecuencia de la pregunta 1, el rango general potencial de la escala era de 1 al 5, siendo 1 “Pésimo” y 5 “Excelente”. La interpretación de las respuestas en la pregunta 12, se pudo evidenciar por los datos observados que la respuesta que más se repitió fue la opción 1 “Pésimo” que equivale al

90.1% de los datos tabulados. Solo 1 encuestados calificaron como “Excelente” las puntuaciones.

Gráfico 12. La empresa conoce las necesidades y prioridades que el cliente requiere atendiendo posibles acciones de mejora en función de éstas



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

El gráfico de histograma nos muestra que dentro de los 101 encuestados, la media de los valores se ubica en 1.15 con una desviación de los datos de 0.54.

13. ¿La empresa proporciona a sus clientes además de la que necesita otros beneficios o servicios postventa?

Tabla 15. La empresa proporciona a sus clientes además de la que necesita otros beneficios o servicios postventa.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pésimo	22	21,8	21,8	21,8
	Regular	70	69,3	69,3	91,1
	Bueno	5	5,0	5,0	96,0
	Muy Bueno	3	3,0	3,0	99,0
	Excelente	1	1,0	1,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

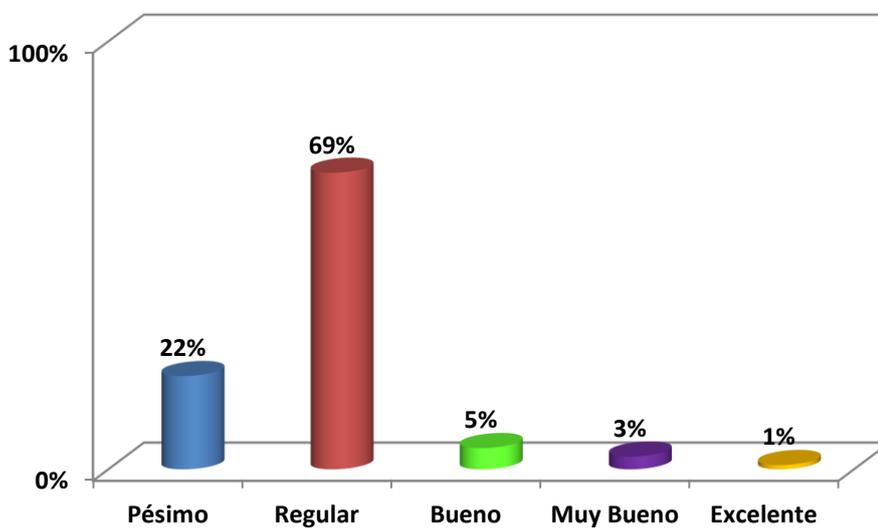
Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En la tabla de Distribución de frecuencia de la pregunta 1, el rango general potencial de la escala era de 1 al 5, siendo 1 “Pésimo” y 5 “Excelente”. La interpretación de las respuestas en la pregunta 1, se pudo evidenciar por los datos

observados que la respuesta que más se repitió fue la opción 13 “Regular” que equivale al 69.3% de los datos tabulados. Solo 1 encuestado calificaron como “Excelente” las puntuaciones.

Gráfico 13. La empresa proporciona a sus clientes demás de la que necesita otros beneficios o servicios postventa



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

El gráfico de histograma nos muestra que dentro de los 101 encuestados, la media de los valores se ubica en 1.92 con una desviación de los datos de 0.69.

14. ¿La empresa conoce cómo son evaluados por sus clientes los servicios que ofrece?

Tabla 16. La empresa conoce cómo son evaluados por sus clientes los servicios que ofrece.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pésimo	58	57,4	57,4	57,4
	Regular	39	38,6	38,6	96,0
	Bueno	2	2,0	2,0	98,0
	Muy Bueno	1	1,0	1,0	99,0
	Excelente	1	1,0	1,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

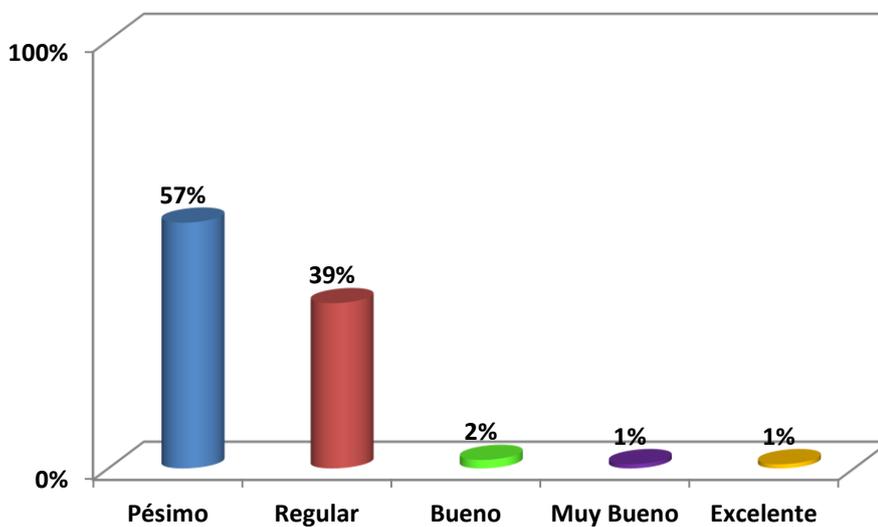
Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En la tabla de Distribución de frecuencia de la pregunta 1, el rango general potencial de la escala era de 1 al 5, siendo 14 “Pésimo” y 5 “Excelente”. La interpretación de las respuestas en la pregunta 1, se pudo evidenciar por los datos

observados que la respuesta que más se repitió fue la opción 1 “Pésimo” que equivale al 57.4% de los datos tabulados. Solo 2 encuestados calificaron como “Excelente” las puntuaciones.

Gráfico 14. La empresa conoce cómo son evaluados por sus clientes los servicios que ofrece



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

El gráfico de histograma nos muestra que dentro de los 101 encuestados, la media de los valores se ubica en 1.49 con una desviación de los datos de 0.69.

15. ¿La empresa se evalúa constantemente con el objeto de identificar los factores que debe mejorar para incrementar el nivel de satisfacción al cliente y la penetración en el mercado?

Tabla 17. La empresa se evalúa constantemente con el objeto de identificar los factores que debe mejorar para incrementar el nivel de satisfacción al cliente y la penetración en el mercado.

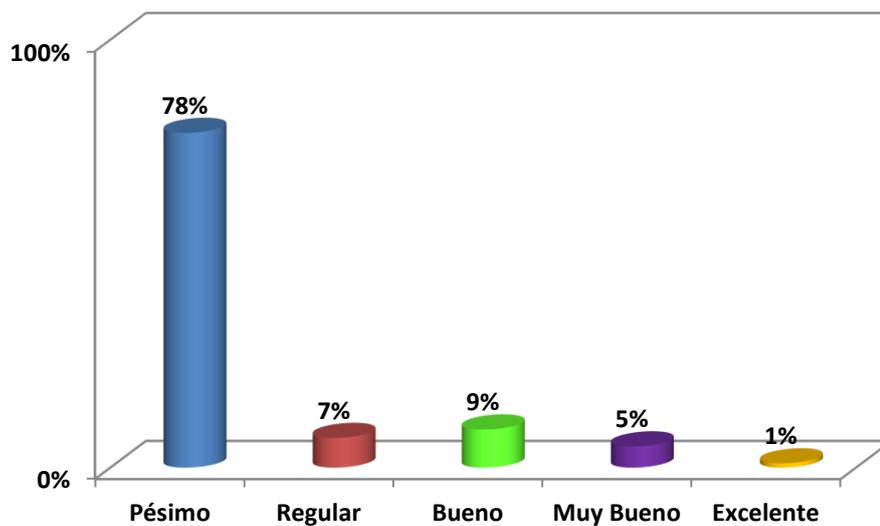
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pésimo	79	78,2	78,2	78,2
	Regular	7	6,9	6,9	85,1
	Bueno	9	8,9	8,9	94,1
	Muy Bueno	5	5,0	5,0	99,0
	Excelente	1	1,0	1,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En la tabla de Distribución de frecuencia de la pregunta 1, el rango general potencial de la escala era de 1 al 5, siendo 1 “Pésimo” y 5 “Excelente”. La interpretación de las respuestas en la pregunta 15, se pudo evidenciar por los datos observados que la respuesta que más se repitió fue la opción 1 “Pésimo” que equivale al 78.2% de los datos tabulados. Solo 1 encuestado calificaron como “Excelente” las puntuaciones.

Gráfico 15. La empresa se evalúa constantemente con el objeto de identificar los factores que debe mejorar para incrementar el nivel de satisfacción al cliente y la penetración en el mercado



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

El gráfico de histograma nos muestra que dentro de los 101 encuestados, la media de los valores se ubica en 1.44 con una desviación de los datos de 0.92.

3.6. COMPROBACIÓN DE LA PREGUNTA CIENTÍFICA.

En base a los resultados obtenidos se va a realizar la validación de la pregunta científica:

“Los Operadores Logísticos que existen en la ciudad de Guayaquil si cumplen con los requerimientos mínimos para el transporte de Productos Nutracéuticos y para mantener la calidad del producto hasta el cliente.”

Tabla 18. Comprobación de la Pregunta Científica

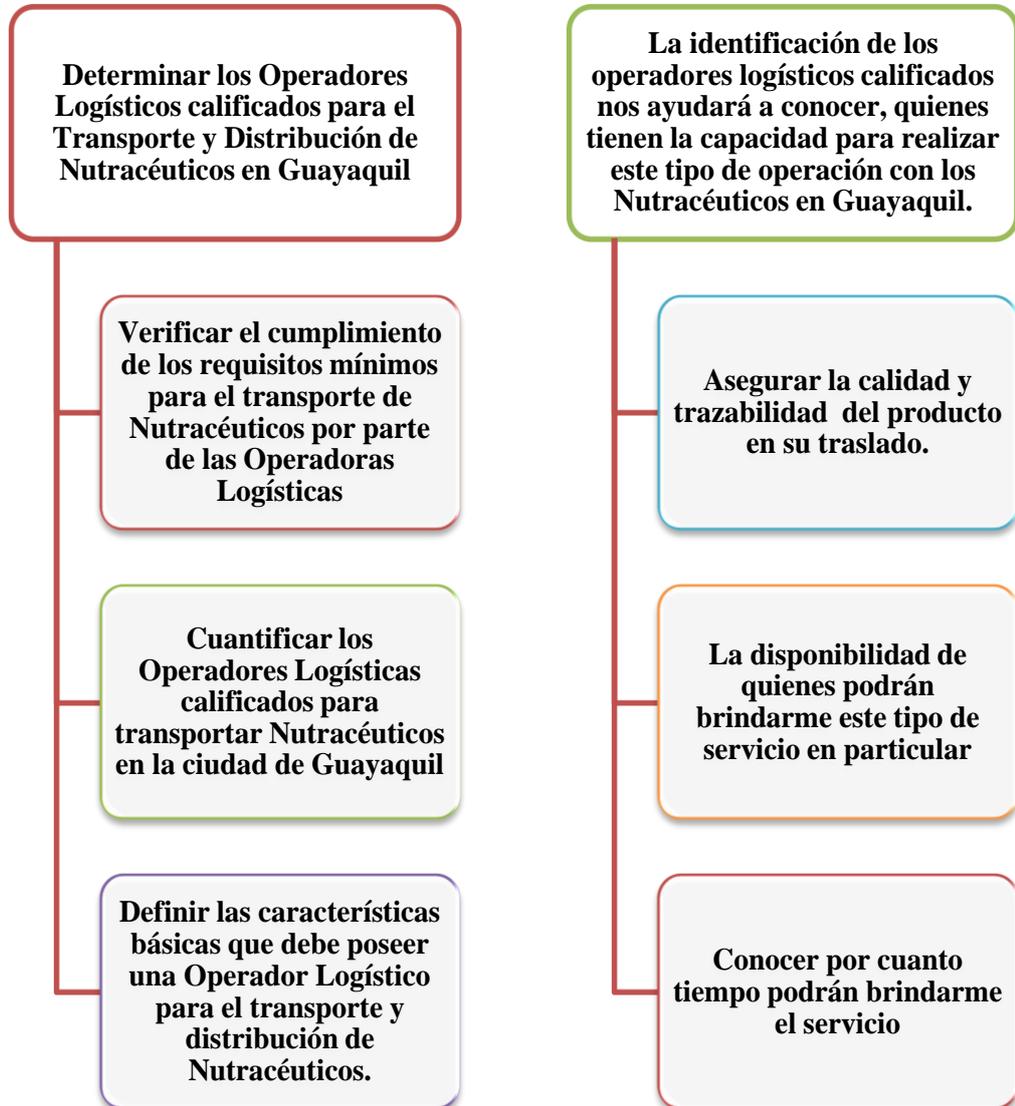
Descripción o identificación de cada elemento del cuestionario	Escala					Total Encuestados
	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Pésimo	
	5	4	3	2	1	
RECURSOS E INFRAESTRUCTURA	2	4	25	37	33	101
ACTIVIDADES Y PROCESOS	1	1	43	20	36	101
CALIDAD DE SERVICIO	1	3	7	78	12	101
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	2	2	5	30	62	101
Total Valores de Calificación de OL	2	3	20	40	36	101
% Part. De calificación de los OL	2%	3%	20%	40%	36%	100%

Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

En este caso, se valida la pregunta científica debido a que existen un 2% de operadores logísticas que cumplen con los requisitos básicos, para el manejo de distribución y transporte de Nutracéuticos, por otro lado también se evidencio que poseen recursos e infraestructura, calidad en su servicio y gran nivel de gestión para la satisfacción de los clientes.

Figura 2. Comprobación de la Pregunta Científica



Elaborado por: Las Autoras

Fuente: Encuesta

CAPÍTULO IV

4. LA PROPUESTA

4.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

Requerimientos que debe tener un operador logístico calificado para la transportación y distribución de nutracéuticos en la ciudad de Guayaquil.

4.2. PRESENTACIÓN DE LA PROPUESTA

La presente propuesta tiene como finalidad determinar cuáles son los requerimientos que debe tener un operador logístico para poder transportar y distribuir nutracéuticos dentro de la ciudad de Guayaquil. Teniendo en cuenta que la información brindada a continuación servirá para que se pueda realizar una buena elección de los operadores logísticos más idóneo para transportar y distribuir de forma adecuada dicho producto. Esto debido a que no se conoce de una empresa que actúe como operador logístico que cumple al 100% con todos los requerimientos necesarios situación que se puede dar debido a que dentro del país no existe una normativa específica para los procesos logísticos que intervienen en lo que respecta al tema.

Muchas empresas que ejecutan las labores de operadores logísticos dentro de la ciudad de Guayaquil si bien es cierto cuenta con las características para poder brindar un servicio de calidad no hacen uso de todas estas herramientas las cuales desencadenarían en un servicio óptimo y efectivo ya que como es de conocimiento general la forma logística en la que sea tratado un producto influirá en las ventas y en el

buen manejo que este tenga, puesto que no es el mismo proceso logístico en todos los casos de productos cualquiera que estos sean.

Para establecer la presente propuesta se realizó una investigación tanto en fuentes primarias como es la encuesta que se efectuó a los clientes de las empresas de operadores logísticos, donde se estableció cuáles eran los requerimientos con las que estos contaban como investigación de fuentes secundarias para las cuales se consultaron páginas gubernamentales y libros sobre la operación logística de los nutracéuticos.

4.3. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

Objetivo General

Establecer los requerimientos que debe tener un operador logístico calificado para la transportación y distribución de nutracéuticos en la ciudad de Guayaquil.

Objetivo Específico

- Establecer los requerimientos que hacen que un operador logístico se encuentre en óptimas condiciones para poder brindar el servicio de transporte y distribución de nutracéuticos.
- Definir el proceso logístico que se debe tener para poder transportar y distribuir nutracéuticos.

- Establecer cuáles serán las condiciones para poder estructurar los procesos de logística para la distribución de nutraceuticos.

4.4. JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

En su mayoría las empresas que forman parte del sector económico de la ciudad de Guayaquil, buscan opciones al momento de distribuir sus productos debido al costo y tiempo que esto toma al realizarlo de forma autónoma, por esta razón hacen uso de empresas especializadas en la recepción y entrega de todo tipo de productos los cuales son distribuidos según las estrategias que han sido planteadas previamente por las empresas en cuestión.

El mercado actual, es un mercado muy demandante por lo que exige calidad en los productos al momento de realizar la entrega y que esta llegue en el momento exacto puesto que los negocios a quienes se distribuye determinado producto no puede quedarse sin existencias, siendo la rotación de inventario un factor importante para estas industrias. A causa de esto las empresas buscan operadores logísticos que guarden los debidos estándares de calidad que permitan que el producto llegue a tiempo y con la calidad que debe contar.

Según las investigaciones realizadas dentro de este proyecto de estudio se observó que la mayoría de los operadores logísticos no cumplen en gran parte con los requerimientos necesarios para que se puedan realizar las operaciones logísticas de distribución de Nutraceuticos, pero el problema surge cuando se destacó que estas empresas no conocen en su totalidad cuales son los estándares de calidad que se deben

tener para que se ejecuten de forma correcta estos procedimientos, por esta razón se ve necesaria la realización de la presente propuesta ya que aquí se definirán o delinearán cuales son estos requerimientos para que así los operadores logísticos no cometan ningún tipo de error y las empresas que necesitan distribuir nutracéuticos puedan elegir la más idónea.

4.5. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

Esta propuesta es realizada y dirigida a todas las empresas que necesitan distribuir productos nutracéuticos y a los operados logísticos que requieren de una guía que les ayude a brindar un mejor servicio. Se considera que la realización de esta propuesta será de beneficio para el desarrollo de las empresas que manejan productos Nutracéuticos de la ciudad de Guayaquil ya que hará que se mantengan los estándares de calidad al momento de realizar operaciones logísticas.

Las recomendaciones necesarias que deben cumplir los operadores logísticos son:

- Tener conocimiento específico del tipo de producto a distribuir.
- Contar con los procedimientos para el transporte de estos productos donde debe incluirse todas las operaciones que se efectúan para certificar la calidad de los productos.
- En el manejo de Nutracéuticos, los operadores deben asegurar que en toda la cadena el ambiente debe ser estrictamente el adecuado para preservar la integridad y seguridad del producto.

Centro de operaciones logísticas

Dentro de este aspecto se busca conseguir un ordenamiento de las tareas de recepción y envío de pedidos, optimizando la actividades realizadas en su intermedio, que son las tareas la bodega de almacenamiento; iniciando la correcta distribución de los productos de acuerdo a sus características propias de manipulación de este tipo de producto como son los nutracéuticos, considerando varios galpones y estos a su vez tendrán que estar organizados de una forma interna según el tipo de clientes (institucionales o individuales).

Se recomienda el uso de herramientas orientadas a la automatización de los procesos de logística, como la implementación de lectores de códigos de barras para escaneo tanto para empaques múltiples o por unidades de producto, esto asegurará la calidad del producto así también, optimizará la etapa de pre-embarque en cuanto a tiempo y disminución de errores de despacho evitando costos innecesarios por la logística inversa.

Con este proceso de automatizado, las unidades despachadas y las unidades almacenadas coexisten en un mismo espacio, aumentando los niveles de control y seguimiento del operador, minimizando el riesgo de robos y pérdidas de mercaderías.

Esto no implica que se salten o borren etapas dentro del proceso de despacho de la mercancía, sino más plantea un mejor ordenamiento, junto con la automatización, los cuales son ámbitos que contribuirán a reducir los tiempos requeridos de duración entre

las diferentes etapas y a su vez les concederá a los operadores logísticos llevar a cabo un mejor control.

Figura 3. Proceso de Despacho



Elaborado por: Las Autoras

Muchos de estos procesos propuestos están estandarizados para cualquier negocio o empresa, operaciones tales como el despacho y la administración, que utiliza como un puente entre el pre-embarque y embarque, estos estándares se han venido aplicando en todos los operadores logísticos, por lo que resulta un proceso específico de su implementación en las compañías de la ciudad Guayaquil considerado como centro de operaciones logística, distinguiéndolo de las plantas que operan en otras ciudades del país.

Además de estos procesos también hay un proceso de apoyo, el de control de inventario mediante los instrumentos para lectura de códigos de barras. Este es un proceso básico para el control de la mercadería que sale de la bodega, lo cual permitirá a los operadores logísticos ejecutar el respectivo seguimiento y comprobar que la mercadería cargada en las unidades coincide con los pedidos realizados por los clientes, así como también le permitirá gestionar el stock existente.

Selección

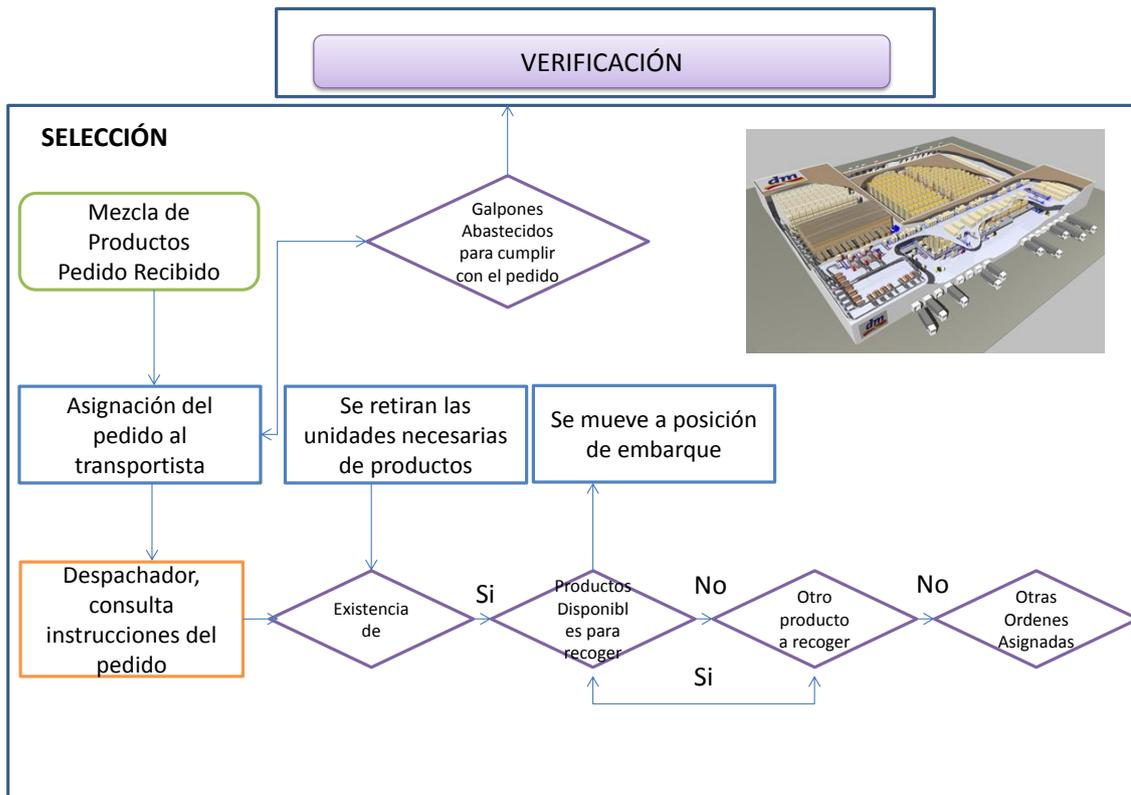
La selección es definida como un proceso extremadamente importante dentro del centro de operaciones logísticas. Es importante en el proceso que se lleva dentro de la cadena de valor, ya que incide en la calidad del servicio que se brinda a los clientes de cada empresa. Esto se encuentra diseñado específicamente para el apoyo total de todas las tareas de despacho de pedidos. Según los antecedentes del caso, para su posterior despacho se lo realizaran de forma muy desordenada, lo cual no conjuga con las funciones automatizadas que se desea implementar.

El proceso inicia con la recepción de los pedidos. El operador logístico empieza con un ciclo de pedidos, el cual podrá asignarlos debidamente a cada transportista. Esta asignación se la ejecuta por la hora prevista de expedición durante ese orden en lugar del tiempo de la orden de llegada. Por otro lado, el operador podrá tomar en cuenta el rendimiento de cada transportista y las singularidades de la orden a la hora de designar cada ruta de entrega.

Una vez que se pone en marcha el sistema de gestión de galpones dentro del ciclo de pedidos, en este se verifica automáticamente si existe la cantidad de productos requeridos en las posiciones de selección, para después ser verificados a través del sistema. Después de la asignación de rutas, el operador logístico recibe en su escáner portátil la información requerida sobre el tipo y la cantidad de producto incluyendo su ubicación, así como se comprobará con el escáner la orden de pedido a fin de evitar excedentes de mercadería despachada.

Con la ayuda que brinda el montacargas, el transportista puede dirigirse sin problema alguno a la posición de embarque indicado, mientras que el operador usa el escáner portátil para leer la posición y los códigos de barras de productos y seleccionar las unidades necesarias de ese producto.

Para una mayor optimización en el control, se propone al operador contar los artículos de producto que sobran en cada posición de selección e introducir los datos en el escáner. Esta acción afirma que el despachador obtendrá la cantidad adecuada de productos en cada posición. Para que esta tarea sea mucho más fácil, es recomendable que las entradas de datos en los equipos de gestión de la logística se deban realizar por referencia del producto, lo cual permitirá que, por ejemplo: contar filas en lugar de productos individuales. A continuación, el selector pasa a la siguiente posición de recogida y repite los mismos pasos. Esto se repite hasta que se complete la orden.

Figura 4. Proceso de Despacho

Elaborado por: Las Autoras

Despacho

El proceso que se realiza dentro del despacho se lo puede clasificar en dos partes, la primera que se realiza durante el pre-embarque y la segunda en el embarque. Dentro de la parte de pedido las órdenes son receptadas de forma electrónica a partir de los clientes. Esta orden consta de empaques de productos completos, esto quiere decir, las cargas de un solo producto, o cargas de productos mezclados.

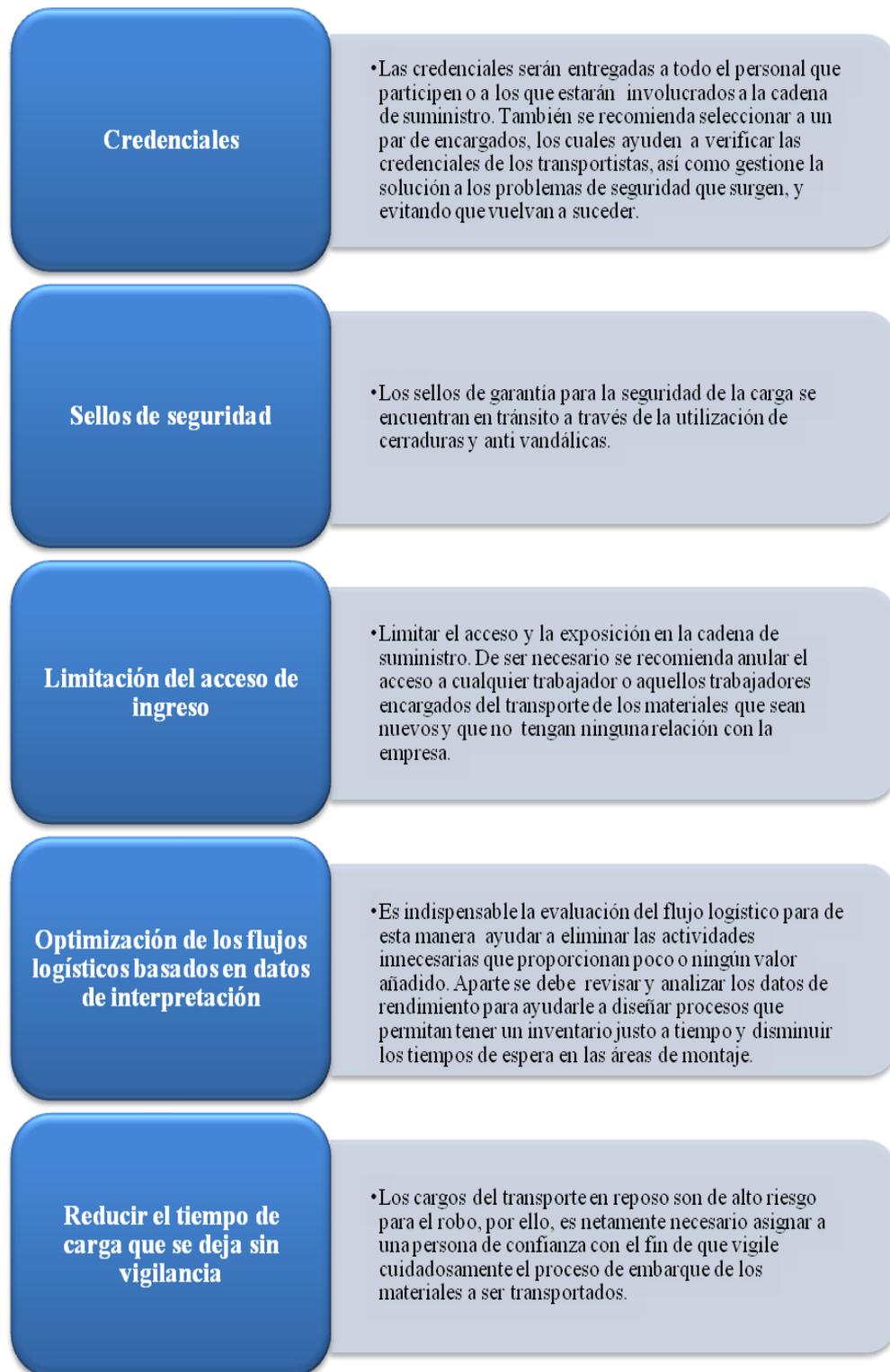
Si un pedido consiste en cargas completas, el sistema de gestión de bodega recuperará de manera automáticamente las paletas de almacenamiento para empezar las líneas de preparación de carga de dos horas mucho antes de la hora de despacho. Como

una opción, el operador puede ordenar la recuperación del tiempo de almacenamiento y la selección de líneas de preparación de carga. Por otro lado, si una orden se compone de cargas de los productos mezclados se iniciará un proceso de selección, según el flujo de proceso previamente descrito.

Además, el embarque se comprende de cargar el camión y finalmente dar la orden de pesado en la garita mucho antes de que abandonen los galpones de embarque. Para llegar a cumplir esta función, los trabajadores en montacargas moverán la mercadería por medio de las líneas de preparación de carga a la plataforma de carga del remolque acoplado.

Se deben realizar las actividades bajo parámetros de seguridad mediante el cual se establecen planes de seguridad:

Figura 5. Proceso de Parámetros de Seguridad



Elaborado por: Las Autoras

Operadores logísticos: Los operadores logísticos asignados deberán ejecutar actividades varias, con la finalidad de contribuir con el proceso logístico mejorado.

1. El operador logístico encargado tiene como función principal registrar en la bitácora los turnos que tienen los transportistas.
2. Este registro se enviará a una bitácora digital dirigido al Jefe de Despachos, Supervisor de transporte y coordinadores, parte de la propuesta comprende en que exista un mayor control que genere seguridad en todo el proceso logístico a desempeñarse.
3. Antes se dará la autorización a los transportistas a recorrer los galpones, tomando en cuenta el tipo de clientes, es decir mayoristas o minoristas debido a que sus requerimientos son diferentes.

Forma y condiciones

- Con respecto a las condiciones de aplicación de la propuesta desarrollada, se logrará optimizar la gestión logística.
- Disminuir los robos y pérdidas de los materiales.
- Gestionar la rotación de inventario.
- Optimizar el tiempo de abastecimiento y reabastecimiento de todos los transportistas.

Requerimientos en cuestión a las instalaciones

- Las instalaciones deberían estar compuestas de ventilación e iluminación adecuada, suministro de electricidad seguro y con suficiente capacidad para permitir un eficiente desarrollo de las actividades, así como un sistema de iluminación de emergencia.
- Las paredes y pisos deberán ser de fácil limpieza para de esta manera evitar la contaminación de los productos. Estas instalaciones deberán estar protegidas contra algún tipo de plaga.
- Los establecimientos deberán contar con el espacio requerido para el adecuado almacenamiento de los nutraceuticos donde la temperatura debe de ser adecuada.
- El almacén debe estar debidamente organizado ya que esto es de gran ayuda para facilitar la gestión de pre asignación de espacios.

Requerimientos en cuestión a los materiales y equipos

- Equipos medidores de temperatura y humedad relativa (termohigrómetros) deben estar calibrados; la verificación de las condiciones de humedad y temperatura se registrara mediante los procedimientos establecidos.
- Extintores con su contenido vigente.

- El embalaje será ejecutado mediante sellado con cinta adhesiva.
- Los envases utilizados serán primario y secundario.
- Todo debe estar debidamente etiquetado.

Requerimientos en cuestión distribución y transporte.

- Los métodos de embalaje deben cumplir con la función de garantizar la adecuada conservación de los diferentes tipos de productos durante su transportación, en particular puesto que son productos termolábiles y frágiles.
- La distribución se realizara estableciendo un sistema que asegure la adecuada rotación de los productos.
- Todas las operaciones que se ejecutan con respecto a la distribución y transporte deberán constar con los documentos respectivos, que permitan adquirir la información que garantice la calidad del producto transportado.
- Las cajas o recipientes de los productos se ubicaran en los vehículos, de manera sistemática.

- La distribución se debe ejecutar en cajas o recipientes que no afecten la calidad de los productos y que los protejan de los factores externos.
- La Dirección de la agencia de transporte debe estar implicada en la Política de Calidad y la certificación del Sistema de Calidad en el cual se considera un valor agregado.

Por otro lado, un camión clasificado como FRC posee una unidad de refrigeración mecánica y gran aislamiento, el cual permite transportar productos alimenticios hasta $-2\text{ }^{\circ}\text{C}$, pero no posee un equipo calefactor. Servirá para trasladar los nutraceuticos que difieren de los alimentos y suelen transportarse de $2\text{ }^{\circ}\text{C}$ a $8\text{ }^{\circ}\text{C}$ y también de $15\text{ }^{\circ}\text{C}$ a $25\text{ }^{\circ}\text{C}$. Suelen ser pocos los productos que se deben mantener congelados a temperaturas inferiores a $-18\text{ }^{\circ}\text{C}$. Si se usa vehículos con control de temperatura, debe someterse a mantenimiento y calibrarse periódicamente el equipo de control de la temperatura que sean usados durante el transporte. Adicionalmente se debe realizar un mapeo de temperaturas en condiciones representativas y a su vez tener en cuenta las variaciones estacionales.

La información proporcionada es fiable y se encuentra relacionada con este requisito. Durante la cualificación que se realiza a cada medio de transporte, se brindan pruebas de que este requisito se cumple en la práctica.

Los elementos esenciales que destacan dentro de este proceso son:

- Inspección de los vehículos individuales
- Verificación de las condiciones térmicas para medicamentos
- Se toman en cuenta las variables estacionales

El control de temperatura durante el transporte de medicamentos sigue siendo un tema altamente crítico, y la Certificación ATP por sí sola, en ciertos momentos cumple con los requisitos normativos.

- Es necesario respetar en todo momento las especificaciones de conservación del laboratorio fabricante.
- Demostrar que en el punto más caliente de la caja del camión se mantienen las condiciones establecidas, durante todo el envío.
- Cuando la cámara de refrigeración es el único medio para mantener la temperatura, esta debe encontrarse debidamente cualificada para ver si cumple o no su función.

4.6. IMPACTO DE LA PROPUESTA

La realización de esta investigación ha permitido contribuir a las empresas que fabrican o desarrollan productos de consumo humano para que se identifiquen cuáles son los requerimientos adecuados al momento de seleccionar un correcto operador

logístico, así mismo las empresas encargadas de brindar este servicio manejaran estándares de calidad que les permitirá ser más eficientes en su logística.

Con esta propuesta se espera tener los siguientes beneficios:

- Mantener la calidad y estándares de los productos a distribuir en todo el proceso de la cadena de abastecimiento.
- Reducir los costos operativos de las empresas que utilicen los servicios de los operadores logísticos que cumplan con estos requerimientos.
- Asegurar la satisfacción al cliente.
- Cumplir con estándares establecidos a nivel mundial y que pueden llevar a ser de interés de empresas nacionales y extranjeras.

CONCLUSIONES

- Cuando se desarrolló la investigación, se observó que entre las principales falencias que presentan las empresas de operadores logísticos se centra en la demora en los tiempos de pre-embarque y embarque, pérdidas y robos, desorganización en la carga, falta de control a transportistas y despachadores.
- Otro factor que se observó mediante de la investigación, es que existe la percepción por parte de los clientes de los problemas que existen internamente respecto a la logística lo que causa que se afecte de forma considerable a la gestión con los clientes, generando pérdidas para la empresa.
- Dentro de las percepciones de los empleados de las empresas de operadores logísticos se observó que existe la necesidad de establecer cuáles son los procesos logísticos dependiendo del producto que va a ser distribuido.
- Se definió los requerimientos que debe tener un operador logístico calificado para la transportación y distribución de productos nutracéuticos en la ciudad de Guayaquil.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda considerar los resultados que arrojaron las investigaciones desarrolladas, esto con el objetivo de conseguir que se contrarrestaren las falencias, tanto para los clientes como para los operadores logísticos.
- También se recomienda que según lo planteado en la propuesta, se apliquen las normativas que logran que los procesos se realicen de forma adecuada
- Es importante que se definan estrategias o tareas de contingencia, para que estas puedan ser corregidas en cualquier momento con las estrategias ya implementadas sobre la logística de despacho y distribución.
- Realizar una previa capacitación de los empleados que trabajan en el área de logística y distribución.
- En el estudio se determinó que los operadores logísticos si cumplen los requerimientos mínimos para el transporte de distribución de los nutracéuticos y están estandarizados por la normas de Buenas Prácticas de Almacenamiento para que todos los operadores logísticos cumplan en el futuro.

BIBLIOGRAFIA

- Acuña, Y., & Hernández, L. (2014). *ANÁLISIS DEL IMPACTO QUE PRODUCE LA PUBLICIDAD*. Cumama: Universidad de Oriente.
- Alberich, J. (2010). *Grafismo multimedia: comunicación, diseño, estética*. Barcelona : Editorial UOC .
- Alcalde, P. (2012). *Calidad*. Editorial Paraninfo.
- Alonso, J., & Grande, I. (2013). *Comportamiento del consumidor : decisiones y estrategia de marketing*. Madrid: ESIC Editorial.
- Arellano, R. (2013). *Conducta del consumidor : estrategias y políticas aplicadas al marketing*. Madrid: ESIC Editorial.
- Asamblea Nacional de la Republica del Ecuador . (2013). *Ley Organica de Defensa del Consumidor*. Obtenido de http://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf
- Ballou, R. (2004). *Administración de la cadena de suministro*. México: Pearson Educación.
- Ballou, R. (2011). *Logística: administración de la cadena de suministro*. Pearson Educación.
- Ballou, R. (2014). *Logística: administración de la cadena de suministro*. Pearson Educación.
- Banco Central del Ecuador. (2016). Obtenido de Banco Central del Ecuador: <http://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/853-la-econom%C3%ADa-ecuatoriana-registr%C3%B3-un-crecimiento-acumulado-en-los-tres-trimestres-de-2015-de-11-respecto-a-igual-per%C3%ADodo-del-a%C3%B1o-anterior>
- Bastos, A. (2012). *Distribución Logística Y Comercial*. Ideaspropias Editorial .

- Bastos, A. (2014). *Distribución Logística Y Comercial*. Ideaspropias Editorial S.L.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Naucalpan, Edo de México: Pearson Educación.
- Berrozpe, A. (2012). *La cadena de valor de los operadores logísticos* . lulu.com.
- Bona, J. M. (2011). *La Gestión del mantenimiento: guía para el responsable de la conservación*. FC Editorial.
- Carper, J. (2008). *Alimentos medicina milagrosa. Que comer y que no comer para prevenir más de 100 enfermedades y problemas*. Barcelona- España: Amat.
- Castells, E. (2012). *Reciclaje de residuos industriales: Residuos solidos urbanos*. Ediciones Díaz de Santos.
- Chaffey, D., & Russell, P. (2010). *E-Marketing Excellence: planning and optimizing your digital Marketing*. Butterworth-Heinemann.
- Colmenero, M. (2012). *Delitos contra el patrimonio*. LA LEY.
- Conde, M. (2010). *Target: manual de instrucciones*. La Coruna: Netbiblo.
- Consejo Nacional de la Republica del Ecuador . (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*.
Obtenido de [http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir_\(version_resumida_en_espanol\).pdf](http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir_(version_resumida_en_espanol).pdf)
- Constitucion de la Republica del Ecuador. (2015). *LEY ORGÁNICA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR* . Obtenido de <https://www.cnt.gob.ec/wp-content/uploads/2015/01/LEY-ORGANICA-DE-DEFENSA-DEL-CONSUMIDOR.pdf>
- Cuatrecasas, L. (2012). *Organización de la producción y dirección de operaciones: Sistemas actuales de gestión eficiente y competitiva*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

- Curto, V. (2011). *Redacción publicitaria*. Barcelona: Editorial UOC.,
- Deza, M. (2010). *Consumidores Nómadas*. La Coruna: Netbiblo.
- Díaz, S. (2010). *Técnicas de Comunicación*. Madrid: Ideaspropias.
- Diez, S. (2006). *Técnicas de Comunicación*. España: Ideaspropias.
- Dimes, T. (2016). *Programación en C# para Principiantes*. Madrid: Bebelcube.
- Domingo, J. (2011). *Introducción a los autómatas programables*. Editorial UOC.
- Duque, I. (2013). *La Cadena de Valor*. U. Externado de Colombia.
- Ediciones Díaz de Santos. (2010). *Nuevos instrumentos del management*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Editorial Vertice. (2010). *Análisis de mercado*. Madrid: Editorial Vertice.
- EdiUNS. (2012). *Funciones de la administración*. EdiUNS.
- Elías, X. (2012). *Reciclaje de residuos*. Ediciones Díaz de Santos.
- ENEMDU. (2014).
- Enrique, A. (2011). *La planificación de la comunicación empresarial*. Univ. Autònoma de Barcelona.
- Escudero. (2014). *Logística*. Guayaquil: Publicaciones Norma.
- Escudero, M. (2014). *Logística de almacenamiento*. Ediciones Paraninfo.
- ESIC Editorial. (2011). *Logística y marketing para la distribución comercial*. ESIC Editorial.
- Ferrer, G. (2012). *Macroeconomía*. Paraninfo .
- Forester, T. (2012). *Sociedad de alta tecnología: la historia de la revolución de la tecnología*. Siglo XXI.
- Fred, D. (2012). *Conceptos de administración estratégica*. Pearson Educación.
- Gaitán, J., & Pruvost, A. (2010). *El comercio electrónico al alcance de su empresa*. Santa Fe: Universidad Nac. del Litoral.

- García, E. (2011). *Automatización de procesos industriales: robótica y automática*. Universidad Politécnica de Valencia.
- García, G. (2012). *Investigación comercial*. Madrid: ESIC Editorial.
- García, M. (2011). *Las claves de la publicidad*. ESIC Editorial.
- González, M. T. (2012). *Estadística aplicada: Una visión instrumental*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Hansen, B. L. (2012). *Control de calidad: teoría y aplicaciones*. Ediciones Díaz de Santos.
- Herederó, P. (2014). *Dirección y gestión de los sistemas de información en la empresa*. ESIC Editorial.
- Home & Strauss. (2000).
- Horngrén, C. (2012). *Contabilidad de costos: un enfoque gerencial*. Pearson Educación.
- IAB.NET. (23 de 08 de 2010). *Internet Advertising Revenue Report*. Obtenido de http://www.iab.net/media/file/IAB_report_1H_2010_Final.pdf
- IBOPE. (07 de 2012). *INFOMEDIA*. Obtenido de <http://www.infomedia.com.ec/sistema/news/news.htm#estimado>
- IICA. (2013). *Los Productos Nutraceuticos*.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Número de habitantes del cantón Guayaquil por parroquias (urbanas y rurales)*. Guayaquil: INEC.
- Inversión y mecanismos para la movilización de recursos*. (2011). IICA Biblioteca Venezuela.
- Jahoda, M. (2011). *Empleo y desempleo: un análisis socio-psicológico*. Ediciones Morata.
- Jordi, P. (2011). *Manual de logística integral*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos,.

- Kotler, P. (2002). *Dirección de Marketing. Conceptos Esenciales*. Pearson.
- Kotler, P. (2011). *Marketing: Edición para Latinoamérica*. Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). *Fundamentos de Marketing*. Pearson.
- Kotler, P., & Lane, K. (2009). *Dirección de Marketing*.
- Krajewski, L. (2012). *Administración de operaciones: estrategia y análisis*. México D.F.: Pearson.
- Lacalle, G. (2013). *Gestión logística y comercial*. Editex.
- Lester, R. (2011). *Control de calidad y beneficio empresarial*. Ediciones Díaz de Santos.
- Lluís, C. (2013). *Diseño avanzado de procesos*. Profit Editorial.
- López, B. (2010). *La esencia del Marketing* Bernat López-Pinto Ruiz. Catalunya: Univ. Politèc. de Catalunya.
- López, R. (2011). *Operaciones de almacenaje*. Editorial Paraninfo.
- Maqueda, F. (2010). *Marketing, innovación y nuevos negocios*. Madrid: ESIC Editorial.
- Marketing association . (24 de 09 de 2013). *Performance Marketing Association. Definitions and Terms*. Obtenido de <http://www.performanceMarketingassociation.com/theindustry/definition-andterms-2/>
- Mas, F. J. (2010). *Temas de investigación comercial*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Mauleón, M. (2012). *Logística y costos*. Ediciones Díaz de Santos.
- Mautner, D. (2012). *Análisis y simulación de procesos*. Reverte.
- McGraw Hill Professional. (2011). *VOX Diccionario Escolar*. Mexico D.F : McGraw Hill Professional.
- Memoria. (2011). *Memoria*. Memoria .

- Mendoza, C. (2011). *Presupuestos para empresas de manufactura*. Universidad del Norte.
- Meyers, F. (2012). *Estudios de tiempos y movimientos*. México D.F.: Pearson.
- Ministerio de Comercio Exterior. (28 de Marzo de 2014). *Ministerio de Comercio Exterior*. Obtenido de http://logistica.comercioexterior.gob.ec/wp-content/uploads/2014/11/plan_estrategico_de_logistica_internacional.pdf
- Ministerio de Salud Ecuador . (2012). Obtenido de <file:///C:/Users/alex/Downloads/LEY-ORGANICA-DE-SALUD1.pdf>
- Ministerio de Salud Publica del Ecuador . (2013). *Reglamento de Buenas Practicas de Almacenamiento, Distribucion y Transporte para establecimientos farmaceuticos* . Obtenido de <file:///C:/Users/alex/Downloads/A-4872-Reglamento-de-BPADT-para-Establecimientos-Farmac%C3%A9uticos.pdf>
- Mira, J. (2012). *Gestión del transporte*. MARGE BOOKS.
- Mobile Marketing Association . (23 de 08 de 2014). *Mobile Marketing Association* . Obtenido de <http://www.mmaglobal.com/>
- Monhollon, R. L. (2010). *Baby Boom: People and Perspectives*. Denver: Greenwood Publishing Group.
- Monsó, J. (2011). *Sistemas de identificación y control automáticos*. Marcombo.
- Naghi, M. (2000). *Metodología de la investigación*. Mexico D.F : Limusa.
- Naghi, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México: Editorial Limusa.
- Naghi, M. (2010). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: Editorial Limusa.
- Noguera, J. A. (2010). *Teoría sociológica analítica*. Madrid: CIS.
- Norma ISO 9001 . (2008). Obtenido de <https://www.mct.es/sites/default/files/archivos/ISO-9001.pdf>

- Olavarrieta, J. (2010). *Conceptos generales de productividad, sistemas, normalización y competitividad*. México D.F.: Universidad Iberoamericana.
- Pardo, L. (2013). *Montaje y puesta en marcha de sistemas robóticos y sistemas de visión*. Madrid: IC Editorial.
- Pérez, A. (2011). *Reingeniería de procesos empresariales*. Madrid: Esic.
- Pérez, J. (2011). *Un proceso puede ser definido como un conjunto de actividades enlazadas entre sí que, partiendo de uno o más inputs (entradas) los transforma, generando un output*. Madrid: Esic.
- Presupuestos: planificación y control*. (2012). Pearson Educación.
- Ramírez, J. (2012). *GESTIÓN COMERCIAL Y SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE*. Editorial Paraninfo.
- Reyes, A. (2013). *Administración de empresas*. México D.F.: Limusa.
- Ribaya, J. (2012). *Costes*. Encuentro.
- Roberto Hernández Sampieri, C. F. (2006). *Metodología de la Investigación*. México D.F: 4ta Edición.
- Roberts, K. (2011). *Lovemarks: el futuro más allá de las marcas*. Empresa Activa,.
- Robusté, F. (2012). *Logística del transporte*. Univ. Politèc. de Catalunya.
- Rusell Thomas, J., Roland Lane, W., & Whitehill King, K. (2005). *Kleppner Publicidad*. Mexico: Pearson Educacion.
- Rusell, T., Roland, L., & Whitehill, K. (2010). *Kleppner PUBLICIDAD*. Mexico D.F: Pearson Educacion.
- Sánchez, J. (2010). *La creación de un sistema de evaluación estratégica de la empresa aplicable*. Madrid: ESIC Editorial.
- Sánchez, M. (2010). *Casos de marketing y estrategia*. Barcelona: Editorial UOC.
- Santos, I. (2011). *Memoria*. Madrid: Esic.

- Sarabia, A. (2011). *La investigación operativa: una herramienta para la adopción de decisiones*. Univ Pontifica Comillas.
- Senge, P. (2012). *Como impulsar el aprendizaje en la organizacion*. Montevideo: Granica.
- Soret, I. (2011). *Logística y operaciones en la empresa*. ESIC Editorial.
- Stanley, M. (2010). *Internet Trends*. Estados Unidos.
- Starbook Editorial. (2011). *Inventarios. Manejo y control*. Starbook Editorial.
- Strauss, W. (2010). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Knopf Doubleday Publishing Group.
- Suñé, A. (2012). *Manual práctico de diseño de sistemas productivos*. Ediciones Díaz de Santos.
- Traillanca, D. (2012). *Impacto de la Publicidad comercial de las tiendas de retail en el comportamiento de compra de los consumidores*. . Santiago de Chile: Universidad Austral de Chile.
- UNAM. (2012). *Logistica de Distribucion Fisica a Minoristas*. UNAM.
- Webopedia. (20 de 08 de 2013). *Webopedia*. Obtenido de <http://www.webopedia.com/TERM/S/SEM.html>
- Webopedia. (23 de 08 de 2013). *Webopedia*. Obtenido de <http://www.webopedia.com/TERM/S/SEM.html>
- Yiwen, R. y. (2009). *Mobile Marketing Evolution: Systematic Literature Review on Multi-Channel Communication and MultiCharacteristics Campaign*. Nueva Zelanda.

ANEXOS



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

ENCUESTA DE MEDICIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO DE ENTREGA

Descripción o identificación de cada elemento del cuestionario	Escala					Total Encuestados
	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Pésimo	
	5	4	3	2	1	
RECURSOS E INFRAESTRUCTURA						
1. La empresa dispone de un equipo empresarial capaz, creativo y con espíritu emprendedor.						0
2. La empresa posee un recurso humano motivado, profesionalmente preparado y poseedor de un consolidado capital intelectual.						0
3. La empresa cuenta con una estructura organizacional flexible que le permita adaptarse a los cambios del entorno interno y externo.						0
4. La empresa cuenta con el capital suficiente para emprender procesos de mejora y crecimiento.						0
5. La empresa cuenta con infraestructura física básica adecuada a las necesidades del manejo de productos farmacéuticos.						0
6. La empresa posee infraestructura complementaria que permite satisfacer necesidades de los productos objeto de estudio.						0
ACTIVIDADES Y PROCESOS						
7. El proceso de prestación de servicios de la empresa es coherente con los objetivos organizacionales, la misión, visión establecidos por la misma.						0
8. La empresa tiene identificados los procesos claves (procesos implicados en la creación del producto o servicio) y de apoyo (sustentan los procesos clave, proporcionan insumos, tecnología, recurso humano) que componen la cadena de valor.						0
9. La empresa dispone de información sobre el desempeño de sus procesos clave y de apoyo.						0
CALIDAD DE SERVICIO						
10. La empresa cuenta con herramientas y metodologías para determinar si la oferta de servicios que brinda esta de acuerdo a la demanda y tendencias del mercado.						0
11. La empresa promueve el desarrollo e innovación en los servicios que ofrece.						0
SATISFACCIÓN DEL CLIENTE						
12. La empresa conoce las necesidades y prioridades que el cliente requiere atendiendo posibles acciones de mejora en función de éstas.						0
13. La empresa proporciona a sus clientes demás de la que necesita otros beneficios o servicios postventa.						0
14. La empresa conoce cómo son evaluados por sus clientes los servicios que ofrece.						0
15. La empresa se evalúa constantemente con el objeto de identificar los factores que debe mejorar para incrementar el nivel de satisfacción al cliente y la penetración en el mercado.						0