



ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

Costo del transporte y su impacto en la distribución de la empresa J&C, Santo Domingo 2023.

Transportation cost and its impact on the distribution of the J&C company, Santo Domingo 2023.

Solangie Damaris Cedeño Navarrete

Estudiante de Logística y transporte del Instituto Superior Tecnológico Tsa'chila, Santo Domingo, Ecuador,
solangiecedenonavarrete@tsachila.edu.ec

Jeniffer Alejandra Cedeño Navarrete

Estudiante de Logística y transporte del Instituto Superior Tecnológico Tsa'chila, Santo Domingo, Ecuador,
jeniffercedenonavarrete@tsachila.edu.ec

Ing. Seleni Alexandra García Chávez

Docente del Instituto Superior Tecnológico Tsa'chila, Santo Domingo, Ecuador,
Selenigarcia@tsachila.edu.ec

Autor de Correspondencia: Solangie Cedeño Navarrete, solangiecedenonavarrete@tsachila.edu.ec

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Recibido: 21 diciembre 2023 | **Aceptado:** 29 enero 2024 | **Publicado online:** 9 febrero 2024

CITACION

Cedeño S, Cedeño J y Garcia S. Costo del transporte y su impacto en la distribución de la empresa J&C, Santo Domingo 2023. *Revista Social Fronteriza* 2024; 4(1): e151. [https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4\(1\)151](https://doi.org/10.59814/resofro.2024.4(1)151)



Esta obra está bajo una licencia internacional [Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/).





RESUMEN

El presente trabajo de tesis está enfocado en el costo del transporte e impacto en la distribución de la empresa J&C, el mismo que permite analizar si existe la necesidad de realizar una propuesta para la distribución de la mencionada empresa, en la cual se verificó que no cuenta con procesos logístico de distribución científicos. Mediante el estudio realizado, se determinó la viabilidad de aplicar la propuesta de contratar un software planificador de rutas, como también la contratación de compañías que preste servicio de distribución, por lo cual esta medida no solo aumentará las ventas, sino que también garantizará la entrega puntual de la mercadería a un costo accesible para la empresa. Se da a conocer cuál es la situación actual de la empresa en donde se identifica los costos del transporte y su incidencia en la distribución de mercadería, por ende, se concluye que los costos de transporte son elevados y que los procesos de distribución que se realizan en la empresa no son eficientes, se aplica un enfoque mixto. Se propone implementar actividades estratégicas que ayuden a reducir el costo del transporte y mejoren la distribución de la empresa J&C, mediante la aplicación de planificadores de rutas automatizados y flota vehicular terciaria que permitan el desarrollo de la empresa.

Palabras claves: Transporte, distribución, costos, procesos, estrategias.

Abstract

This thesis work is focused on the cost of transportation and its impact on the distribution of the J&C company, which allows us to analyze whether there is a need to make a proposal for the distribution of the aforementioned company, in which it was verified that it does not have scientific distribution logistics processes. Through the study carried out, the feasibility of applying the proposal of hiring route planning software is calculated, as well as the hiring of companies that provide distribution services, so this measure will not only increase sales, but will also guarantee delivery punctual delivery of merchandise at an affordable cost for the company. The current situation of the company is made known, where the transportation costs and their impact on the distribution of merchandise are identified, therefore, it is concluded that the transportation costs are high and that the distribution processes carried out in the company are not efficient, a mixed approach is applied. It is proposed to implement strategic activities that help reduce the cost of transportation and improve the distribution of the J&C company, through the application of automated route planners and tertiary vehicle fleet that allow the development of the company.

Keywords: Transportation, distribution, costs, processes, strategies.





1. Introducción

El presente trabajo de titulación se basa sobre los costos del transporte y como influyen estos en la distribución de la empresa J&C ubicada en la ciudad de Santo Domingo, la cual se dedica a comercializar todo tipo de materiales de construcción, con la finalidad de elaborar estrategias que ayuden a optimizar los costos y permitan una eficiente distribución en la empresa, por lo que esta tiene ciertos problemas en la distribución que conllevan a un aumento del costo de transporte.

En el primer apartado, se presenta la introducción, por lo cual se detalla el tema a investigar. Segundo apartado, se describe la contextualización de la realidad por lo que se expone la problemática que existe en el área de distribución. Tercer apartado, posterior a la problemática expuesta se realiza los objetivos, tanto general como específicos, dando alcance a la finalidad de la investigación. Cuarto apartado se desarrolla la justificación, dando a conocer el por qué se realiza la investigación. Quinto apartado se presenta los antecedentes, lo cuales son proyectos investigativos relacionados con el tema. Sexto apartado se describe las variables de la investigación. Séptimo apartado se desarrolla la metodología y los tipos de investigación que se aplicaran. Octavo apartado, previo a la metodología aplicada se obtiene los resultados. Noveno apartado, se basa en el análisis de los resultados obtenidos en el apartado anterior. Decimo apartado, se da a conocer las referencias bibliográficas.



2. Desarrollo

Costos de transporte

El costo de transporte abarca todos los gastos relacionados con el desplazamiento de bienes, mercancías o personas desde un punto A hasta un punto B. Incluye gastos como combustible, peajes, mantenimiento de vehículos, seguros y salarios de los conductores. Al dominar estos costos, puedes mejorar tu rentabilidad y ganar competitividad en el mercado. (nomadia , 2023)

Importancia del transporte en la logística

Cuando hablamos de logística, el transporte es una de las áreas más importantes, ya que su eficacia y eficiencia impacta directamente en la capacidad de la empresa para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente. No sólo se trata de mover productos de un lugar a otro, sino también de hacerlo en el tiempo preciso, sin ningún tipo de daño, y con la menor cantidad de gastos posibles. (Chavez, 2022)

La distribución

“Son todas las actividades de negocios relativas al almacenamiento y transportación de materias primas o productos terminados.”, costos de la distribución física, los costos de la distribución física varían dependiendo del producto, del lugar y del tiempo; no es lo mismo distribuir productos perecederos, o no perecederos, líquidos, sólidos, gaseosos, pequeños, o grandes. (Velasquez, 2012)

Objetivo de la distribución

“El objetivo o meta de la distribución es que los productos lleguen, en buenas condiciones de uso, a los lugares designados en el momento que se les necesiten” (Velasquez, 2012)

Tipos de canales de distribución

Los canales de distribución pueden variar dependiendo del sector. En general los podemos dividir en presenciales y a distancia dónde destacaría el digital, pero hay muchos más, catálogo, teléfono, postal, etc. Vamos a definir los dos grandes tipos de canales de distribución (Giner, 2019)



- Canal propio o directo: la propia empresa fabricante se encarga de hacer llegar su producto al cliente final sin intermediarios. Por lo tanto, no delega procesos de almacenaje, transporte o atención al consumidor. Por ejemplo, la compañía de productos HP se encarga de la distribución de sus propios productos. (Giner, 2019)
- Canal externo o ajeno: la distribución y comercialización es realizada por empresas distintas a la productora. El proceso de distribución es el negocio en sí mismo, dando lugar a la aparición de agentes intermediarios. En función del número de participantes, se distinguen tres tipos de distribución externa: (Giner, 2019)
- Corto, largo y doble: En el canal corto el producto va desde el fabricante al detallista o minorista, y de éste al cliente final. Es propio del comercio electrónico, en el que la plataforma ecommerce conecta productores y consumidores de forma ágil y sencilla, en cambio el canal largo es en el cual el producto viaja desde las manos del fabricante a las del mayorista, de éste al minorista hasta llegar al consumidor. Este tipo de distribución es el más común y es propio de pequeños negocios y tiendas de barrio tradicionales y el canal doble es aquel en el que además de mayoristas y minoristas también interviene un tercer agente distribuidor o agente exclusivo que participa en la comercialización de productos. Es propia de franquicias o agencias de viaje. (Giner, 2019)

¿Qué es una estrategia de canales de distribución?

Una estrategia de canales de distribución es la ruta que tus productos o servicios seguirán desde su punto de origen hasta el consumidor final. Su objetivo es facilitar el proceso de compra para el cliente, reducir costos para la empresa y aumentar la eficiencia del proceso para ambos. (Zendesk, 2023)



3. Metodología

Enfoque

En la presente investigación se desarrollará un enfoque mixto, es decir, se utiliza datos cuantitativos para contestar preguntas de investigación realizando una medición numérica y estadística con ello establecer hipótesis, asimismo se utiliza datos cualitativos, ya que recopilaremos información mediante el análisis de opiniones.

Investigación descriptiva

Se empleó el tipo de investigación descriptiva la cual permite identificar características y rasgos sobre la distribución y los costos de transporte, para ello se utilizaron técnicas de recolección de datos permitiendo cuantificar las variables de estudio.

Se empleo el tipo de investigación exploratoria la cual permite estudiar el problema a través de una entrevista al encargado del área de estudio. Esta investigación se lleva cabo en la empresa J&C, en la coop Municipal dentro de la ciudad de Santo Domingo

Casos – universo - muestra

Para el desarrollo de la investigación se toma en cuenta la población de la empresa J&C

Tabla 1 población

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Propietario	1
Transportistas	6
Total	7

Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J & Cedeño S

Muestra

La selección de la muestra es no probabilística por conveniencia, debido que la cantidad de quienes serán encuestados es pequeña.

Tabla 2: Muestra

Tabla 2 muestra



DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Propietario - entrevista	1
Colaboradores - encuesta	6
Total	7

Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J & Cedeño S

Diseño de la investigación

La presente investigación es de diseño transaccional por lo que se recolecta datos en un momento preciso, en un tiempo único. Describiendo las variables y analizando su incidencia en un momento dado.

Procedimiento

- Diseño del trabajo de integración curricular
 - Se realizó la propuesta con base al tema de estudio
- Definición o constatación de la muestra o caso de estudio
 - Se identifica el grupo que se estudiara
- Construir y validar los instrumentos de investigación
 - Se realizó los cuestionarios para la encuesta y entrevista con interrogantes que nos ayuden a encontrar la problemática.
- Elaboración del Marco Teórico final
 - Definiciones de las variables de estudio, por medio de páginas web, proyectos de investigación, artículos científicos, etc.
- Aplicación de instrumentos y recolección de datos
 - Se visitó la empresa para la recolección de datos por medio los instrumentos de investigación antes mencionados.
- Procesamiento de datos (cuadros, tablas, entre otros)
 - Representación de datos por medio de tablas
- Elaboración de conclusiones



- Mediante el análisis de los resultados se planteó las conclusiones con base a nuestros objetivos específicos.
- Elaboración de informe
 - Redacción de la investigación mediante los resultados obtenidos.

Recolección de datos

Como técnicas de levantamiento de datos para conocer la situación de la empresa se utilizó las siguientes: Siendo una investigación descriptiva y exploratoria exige el análisis de los datos recabados recopilando así características, rasgos y comportamientos para establecer hipótesis, por lo cual es necesario, aplicar una serie de técnicas que permitirán recabar información referente al problema propuesto.

Se aplicó la técnica de la encuesta a los trabajadores de la empresa J&C para recabar opiniones e información, mediante la elaboración de un cuestionario estructurado de preguntas cerradas tomando como eje el problema investigado. Se aplicó la técnica de la entrevista al dueño de la empresa J&C para conocer las estrategias o procedimientos que lleva a cabo en cuanto a la distribución y costos de transporte, mediante la elaboración de un cuestionario estructurado de preguntas cerradas tomando como eje el problema investigado.

4. Resultados

Como instrumento de recolección de información se aplicó la encuesta destinada hacia los colaboradores de la empresa “J&C”

pregunta 1: ¿Ha sido testigo de entregas tardías hacia los clientes?

Tabla 3. colaboradores de la empresa J&C

Respuestas	Frecuencia	Porcentajes
Si	4	67%
No	2	33%
Total	6	100%

Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J & Cedeño S

Figura 1. Colaboradores de la empresa J&C



Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

Con base a los resultados obtenidos de la pregunta 1 podemos interpretar que el 67% de los colaboradores de la empresa han sido testigos de las entregas tardías hacia los clientes mientras el 33% no ha sido testigo de dicha demora. Con esto se puede evidenciar el incumplimiento de la empresa al no respetar los tiempos de entregas.

Pregunta 2: ¿Las entregas que usted ha realizado han sido devueltas por retraso?

Tabla 4. Colaboradores de la empresa J&C

<i>Respuestas</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje</i>
<i>Si</i>	2	33%
<i>No</i>	4	67%
Total	6	100%

Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J & Cedeño S

Figura 2. Colaboradores de la empresa J&C

Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

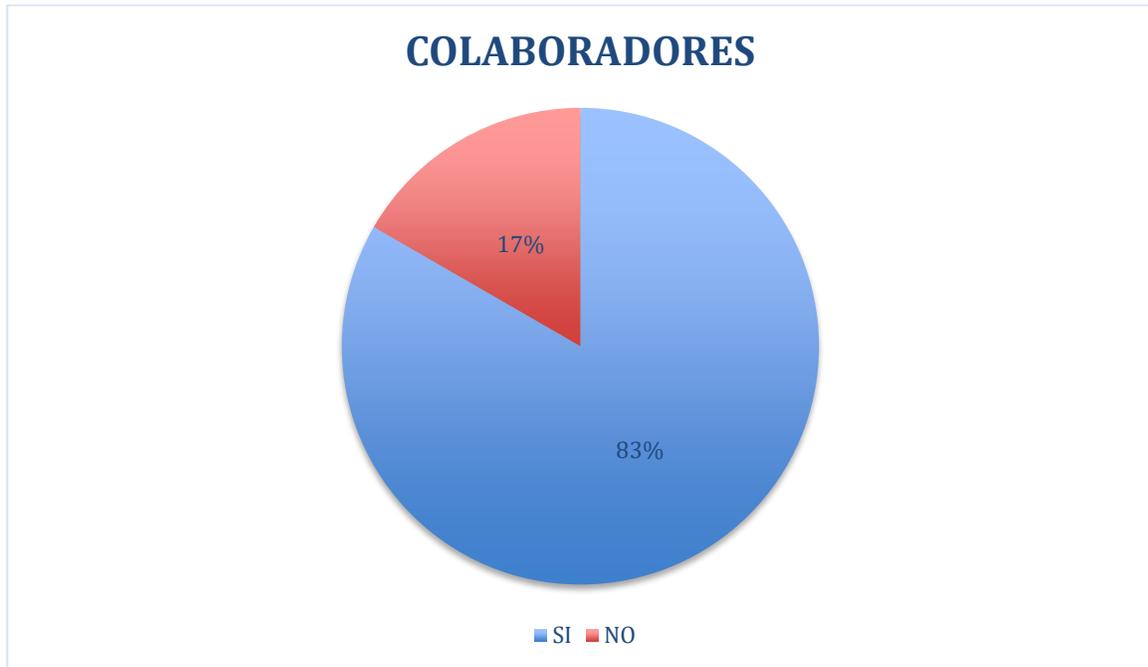
Con base a los resultados obtenidos de la pregunta 2 se puede interpretar que el 33% de los colaboradores de la empresa han experimentado devoluciones por parte de los clientes por demoras en las entregas, mientras que la mayoría con un 67% no han experimentado devoluciones, con ello se puede decir que aunque la minoría ha experimentado estas devoluciones por el incumplimiento de los tiempos de entregas está afectando a la satisfacción de los clientes, dado que lo ideal es que no existan devoluciones por este punto.

Pregunta 3. ¿Considera que la empresa necesita aumentar su flota vehicular?*Tabla 5. Colaboradores de la empresa J&C*

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	83%
NO	1	17%
TOTAL	6	100%

Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

Figura 3. Colaboradores de la empresa J&C

Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

Con base a los resultados obtenidos en la pregunta 3 se puede interpretar que el 83% de los colaboradores consideran necesario aumentar la flota vehicular de la empresa y el 17% no lo considera adecuado. Dado estos resultados se puede decir que la mayoría de los colaboradores cree que para satisfacer a los clientes y que los costos del transporte no aumenten es necesario que la empresa adquiera más vehículos para la distribución.

Pregunta 4: En su experiencia, ¿Cree que se ha perdido clientes por la ineficiente distribución de la empresa?

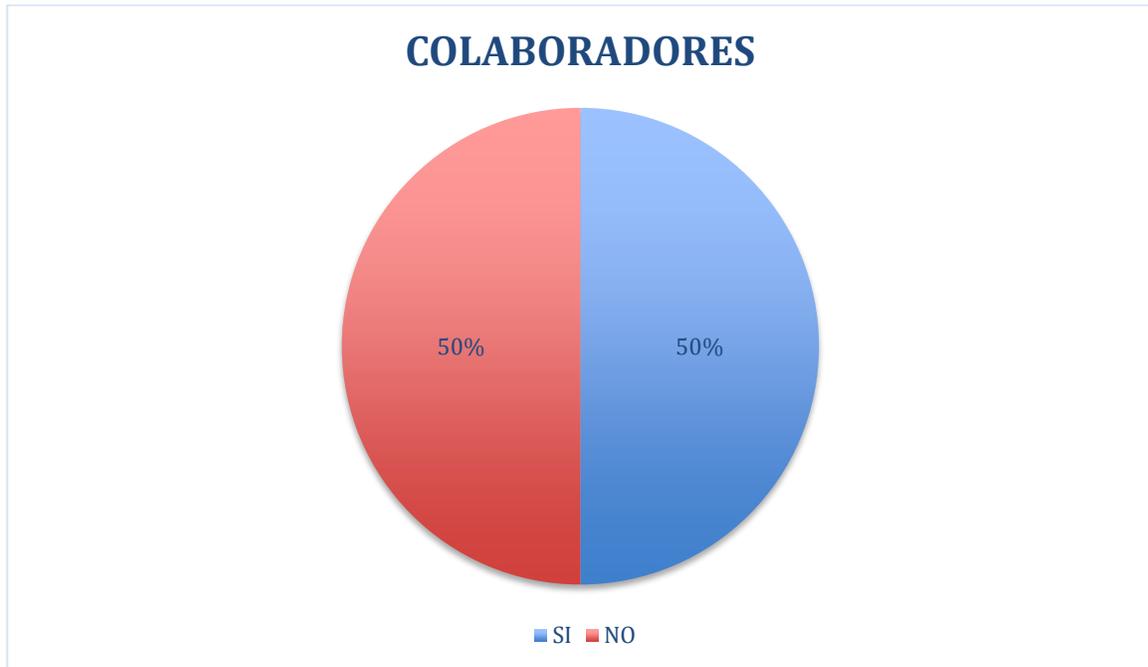
Tabla 6. Colaboradores de la empresa J&C

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	50%
NO	3	50%
TOTAL	6	100%

Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J & Cedeño S

Figura 4. Colaboradores de la empresa J&C



Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

Con base a los resultados obtenidos de la pregunta 4 se puede interpretar que el 50% de los colaboradores cree que la ineficiente distribución que ha presentado la empresa está generando pérdida de clientes, mientras la otra mitad de colaboradores no considera que esto haya ocurrido. Con ello se puede decir que quizás el proceso de distribución de la empresa está llevando a los clientes a cubrir sus necesidades en los competidores.

Pregunta 5: ¿Ha experimentado retrasos en la distribución debido a la falta de vehículos para realizar las entregas?

Tabla 7. Colaboradores de la empresa J&C

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

Figura 5. Colaboradores de la empresa J%C

Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

Con base a los resultados obtenidos de la pregunta 5 se puede interpretar que el 100% de los colaboradores ha experimentado demoras en las entregas por la falta de vehículos, con ello se puede decir que la falta de vehículos en la empresa conlleva a que no se realicen las entregas tiempo.

Pregunta 6: ¿La planificación de rutas se lleva a cabo de manera manual?

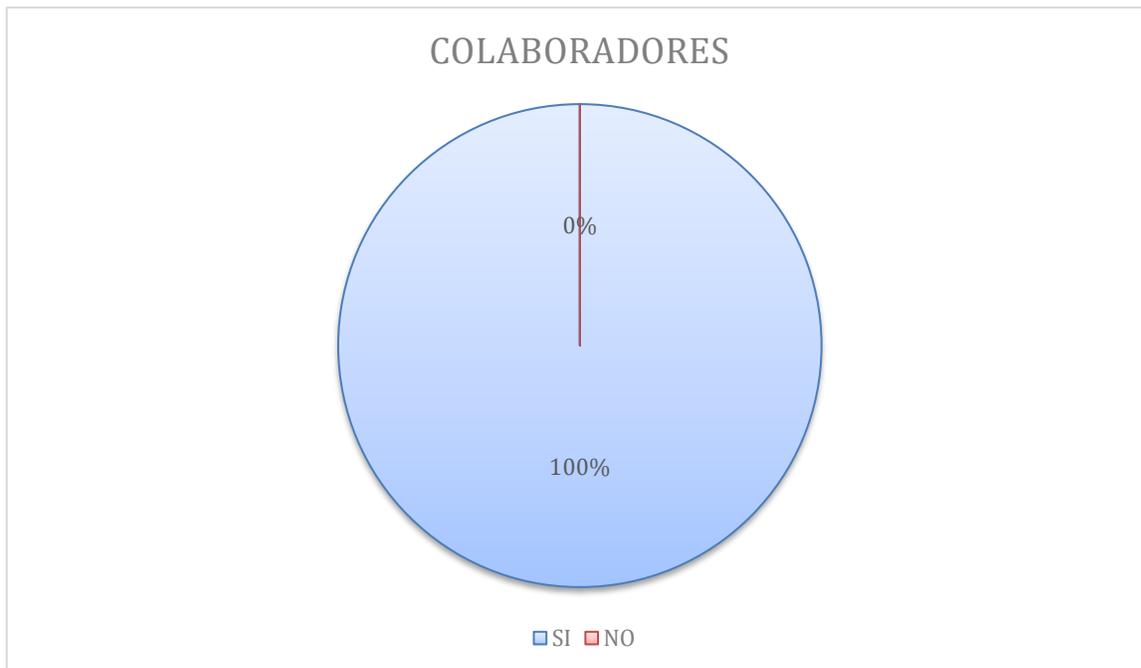
Tabla 8. Colaboradores de la empresa J&C

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	6	100%
NO	0	0%
TOTAL	6	100%

Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J & Cedeño S

Figura 6. Colaboradores de la empresa J&C



Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

Con base a los resultados obtenidos en la pregunta s6 se puede interpretar que el 100% de los colaboradores afirma que la planificación de rutas para realizar el proceso de distribución es realizada de manera manual. Con ello se puede analizar que la empresa no utiliza ningún tipo de software para reducir los tiempos de entregas, minimizar los costos del transporte y de esta manera mejorar el proceso de distribución.

Pregunta 7: ¿Usted cree necesario realizar un estudio sobre los costes de transporte y distribución en la empresa?

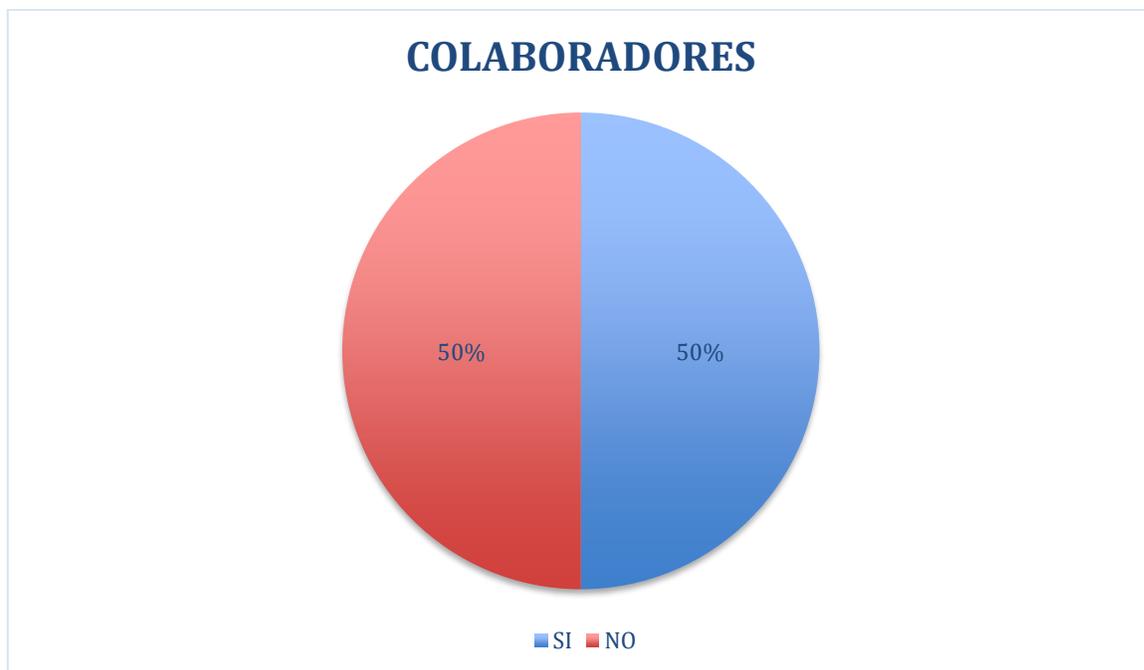
Tabla 9. Colaboradores de la empresa J&C

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	3	50%
NO	3	50%
TOTAL	6	100%

Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

Figura 7. Colaboradores de la empresa J&C



Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

Con base a los resultados obtenidos de la pregunta 7 se puede interpretar que el 50% de los colaboradores considera necesario realizar un estudio sobre los costos del transporte y la distribución de la empresa mientras el otro 50% no lo considera necesario, con ello se puede decir que quizás sea necesario realizar dicho estudio para conocer como estos costos inciden en la distribución de la empresa

Pregunta 8: ¿Cuáles de los siguientes factores de costo de transporte usted considera que influyen en la distribución de la mercadería?

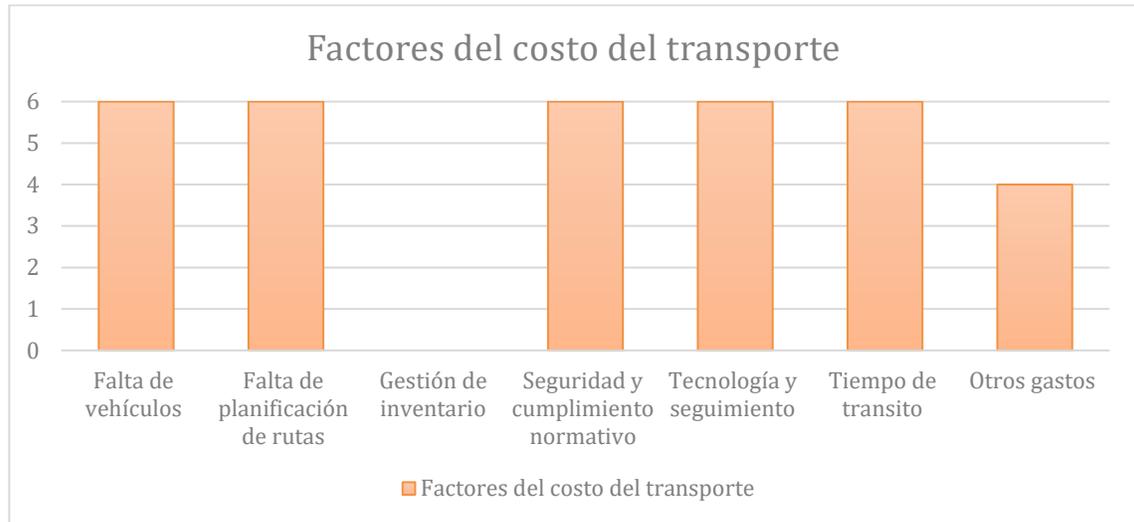
Tabla 10. Colaboradores de la empresa J&C

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
FALTA DE VEHÍCULOS	6	100%
FALTA DE PLANIFICACIÓN DE RUTAS	6	100%
GESTIÓN DE INVENTARIO	0	0%
SEGURIDAD Y CUMPLIMIENTO NORMATIVO	6	100%
TECNOLOGÍA Y SEGUIMIENTO	6	100%
TIEMPO DE TRANSITO	6	100%
OTROS GASTOS	4	66.66%
TOTAL		100%

Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

Figura 8. Colaboradores de le empresa J&C



Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

Con base a los resultados obtenidos en la pregunta 8 se puede interpretar que el 100% de los colaboradores consideran que los factores que influyen en el costo del transporte son la falta de vehículos, falta de planificación de rutas, seguridad y cumplimiento de normativas, tecnología y seguimiento y tiempo de tránsito, mientras que un 66.66% también consideran que existe influencia por otros gastos. Con ellos podemos decir que la productividad de la empresa esta siendo muy afectada por dichos factores, lo que puede llevar a una toma de decisiones que afecten a las partes interesadas internas de la empresa.

Preguntas 9: ¿Considera necesario realizar una planificación de rutas para mejorar la distribución y minimizar los costos de transporte?

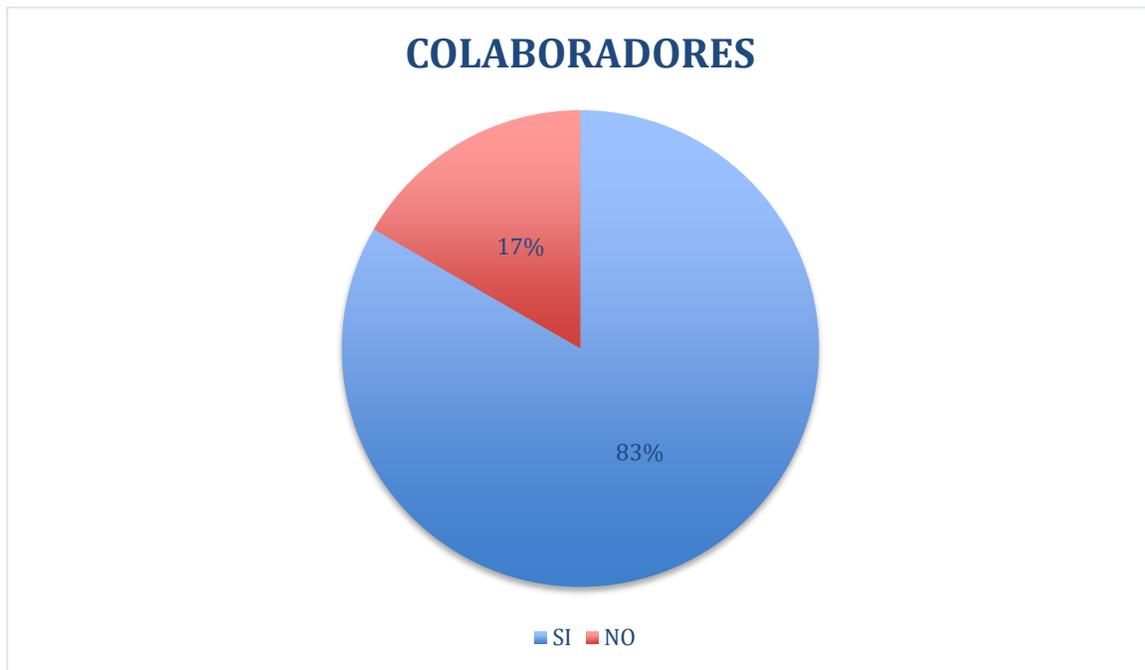
Tabla 11. Colaboradores de la empresa J&C

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	83%
NO	1	17%
TOTAL	6	100%

Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

Figura 9. Colaboradores de la empresa J&C



Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

Con base a los resultados obtenidos en la pregunta 9 se puede interpretar que el 83% de los colaboradores de la empresa cree que es necesario hacer una planificación de rutas para mejorar la distribución de la empresa, al contrario del 17% que no está de acuerdo con dicho punto, dado estos resultados se puede decir que la planificación de rutas podría ser algo necesario para la empresa puesto que esto le permitirá optimizar el tiempo en sus entregas, minimizar los costos de transporte, además de necesitar menos vehículos para la distribución,

ya que al recortar tiempo se pueden realizar más entregas en el mismo transporte

Pregunta 10: ¿Considera beneficioso para la empresa adquirir flota vehicular por terceros?

Tabla 12. Colaboradores de la empresa J&C

RESPUESTAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	4	67%
NO	2	33%
TOTAL	6	100%

Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

Figura 10. Colaboradores de la empresa J&C



Fuente: empresa J&C

Elaborado por: Cedeño J y Cedeño S

Con base a los resultados obtenidos se puede interpretar que el 67% de los colaboradores considera que es beneficioso para la empresa adquirir flota vehicular por terceros mientras en 33% no está de acuerdo con la adquisición de vehículos externos a la empresa. Con ello se puede decir que para la empresa sería más accesible apoyarse de terceros para aumentar la flota vehicular que adquirir una propia.

5. Discusión

La distribución actualmente es fundamental para muchas empresas, por ello los costos del transporte es un aspecto que se debe tomar en cuenta, ya que estos pueden impactar a la rentabilidad de la empresa, asimismo a su eficiencia.

La presente investigación tuvo como objetivo identificar los costos del transporte y su impacto en la distribución de la empresa, con la finalidad de implementar actividades estratégicas que minimicen los costos del transporte de la misma y favorezcan a su crecimiento.

1. Descripción del proceso actual de la planificación de rutas

La empresa J&C ha establecido un proceso de planificación de rutas que, hasta el momento, se lleva a cabo de manera manual. Después de que los pedidos están listos para ser despachados, el propietario de la empresa asume la responsabilidad de asignar las rutas a los transportistas. Este proceso se basa principalmente en la proximidad de los puntos de entrega, donde cada transportista se encarga de realizar la distribución correspondiente.

Aunque este enfoque manual ha sido funcional, es importante considerar las oportunidades que podrían surgir al optimizar y modernizar este proceso. La implementación de soluciones tecnológicas, como sistemas de planificación de rutas automatizadas, podría mejorar la eficiencia operativa de J&C. Estos sistemas utilizan algoritmos avanzados para optimizar las rutas, teniendo en cuenta diversos factores como la distancia, el tráfico y la capacidad de carga de cada vehículo.

2. Flota vehicular de la empresa

La empresa J&C cuenta con 3 vehículos para la distribución, aunque al inicio esta flota vehicular era suficiente para realizar las entregas actualmente no abastecen la demanda de la empresa por lo cual a llevado a tener problemas y a pagar a vehículos externos por flete, lo que genera un aumento del costo del transporte.

6. Conclusiones

La situación actual de los costos del transporte de la empresa J&C están impactando negativamente en la distribución, ya que han tenido quejas de clientes donde indican que la mercadería no llega en el tiempo indicado lo que les obliga a ellos a abastecerse de la competencia, por ende, es pérdidas para la empresa.

Por no contar con una adecuada planificación de rutas y tener límite de vehículos que se encarga de la distribución de la mercadería se puede decir que la empresa está siendo poco productiva, por ende, puede obligar al dueño de la empresa a recortar personal y hasta tomar la decisión de ya no ser distribuidores. Entre los factores que influyen negativamente en los costos de transporte son seguridad y cumplimiento, tiempo de tránsito, tecnología y seguimiento, otros gastos.

En conclusión, la implementación de las estrategias propuestas para mejorar la distribución y reducir los costos de transporte en la empresa J&C representa un paso crucial hacia la eficiencia operativa y la competitividad en el mercado. La automatización de procesos, la optimización de rutas, la colaboración con flotas vehiculares externas y la aplicación de tecnologías avanzadas no solo prometen agilizar las operaciones y reducir los tiempos de entrega, sino que también ofrecen beneficios adicionales, como la mejora en la satisfacción del cliente, la reducción de errores y pérdidas.

Conflicto de Intereses

Los autores declaran que este estudio no presenta conflictos de intereses y que por tanto, se ha seguido de forma ética los procesos adaptados por esta revista

Referencias Bibliograficas

- Baño, M. (2023). <https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/c9a3267b-eb09-49f7-a038-6128f921b08d/T-110516%20MELISSA%20BA%c3%83%20%20%20SAMANTHA%20VEGA.pdf>
- Chavez, J. (22 de 05 de 2022). *ceupe*. Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/transporte-en-logistica.html>



- Escobar, J. (2015). Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1512/1/76049.pdf>
- Giner, G. J. (12 de 09 de 2019). Obtenido de <https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/emprendedores/canales-de-distribucion-cual-es-el-adecuado-para-tu-negocio/>
- Guarín, R. (2009). Obtenido de <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/7298/tesis296.pdf;jsessionid=D08D5692F54391723C080A5D3F6F46F5?sequence=1>
- nomadia . (30 de 08 de 2023). Obtenido de <https://www.nomadia-group.com/es/recursos/blog/guia-practica-para-la-optimizacion-de-costos-de-transporte/#:~:text=Definici%C3%B3n,y%20salarios%20de%20los%20conductores>
- Pérez, M. (2 de 8 de 2023). *definicion*. Obtenido de <https://conceptodefinicion.de/transporte/>
- Velasquez, E. (2012). En *Canales de distribución y logística* (pág. 15). Mexico: Red tercer milenio.
- Zendesk, C. (26 de 09 de 2023). Blog zendesk. *Estrategias de canales de distribución*, págs. <https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategias-de-canales-de-distribucion-cuales-son-y-como>
Una%20estrategia%20de%20canales%20de%20distribuci%C3%B3n%20es%20la%20ruta%20que,eficiencia%20del%20proceso%20para%20ambos.

