



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

**“DISEÑO DE UN MODELO LOGÍSTICO PARA LA EMPRESA RAPID
SERVICE LTDA. DEL CANTÓN LATACUNGA”**

Proyecto de Investigación presentado previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

Autores:

Estrella Rivas Ernesto Andrés

Cuichan Toctaguano Jessica Edith

Tutor:

Eco. César Patricio Salazar Cajas

Latacunga - Ecuador

Febrero 2020

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **ESTRELLA RIVAS ERNESTO ANDRÉS**, declaro ser autor del presente proyecto de investigación: **“DISEÑO DE UN MODELO LOGÍSTICO PARA LA EMPRESA RAPID SERVICE LTDA. DEL CANTÓN LATACUNGA”**, siendo el Economista César patricio Salazar Cajas tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.



Estrella Rivas Ernesto Andrés

C.I. 050272571-6

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **CUICHAN TOCTAGUANO JESSICA EDITH**, declaro ser autor del presente proyecto de investigación: **“DISEÑO DE UN MODELO LOGÍSTICO PARA LA EMPRESA RAPID SERVICE LTDA. DEL CANTÓN LATACUNGA”**, siendo el Economista César patricio Salazar Cajas tutor del presente trabajo; y eximo expresamente a la Universidad Técnica de Cotopaxi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Además, certifico que las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo investigativo, son de mi exclusiva responsabilidad.



Cuichan Toctaguano Jessica Edith

C.I. 050344847-4

AVAL DEL TUTOR DE PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el título:

“DISEÑO DE UN MODELO LOGÍSTICO PARA LA EMPRESA RAPID SERVICE LTDA. DEL CANTÓN LATACUNGA”, de Estrella Rivas Ernesto Andrés y Cuichan Toctaguano Jessica Edith de la carrera de **INGENIERÍA COMERCIAL**, considero que dicho informe Investigativo cumple con los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnicos suficientes para ser sometidos a la evaluación del Tribunal de Validación de Proyecto que el Honorable Consejo Académico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, febrero 2020



Eco. César Patricio Salazar Cajas

C.I. 050184369-2

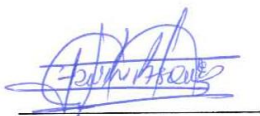
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE TITULACIÓN

En calidad de Tribunal de Lectores, aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Facultad de Ciencias Administrativas; por cuanto, los postulantes: **Cuichan Toctaguano Jessica Edith; Estrella Rivas Ernesto Andrés**, con el título de Proyecto de Investigación: **“Diseño de un Modelo Logístico para la empresa Rapid Service Ltd. del cantón Latacunga”**, han considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúnen los méritos suficientes para ser sometidos al acto de Sustentación de Proyecto.

Por lo antes dispuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga 2020

Para constancia firman:



Doc. Edwin Vásquez
Lector 1
C.I 1001303997



Ing. Renato Pérez
Lector 2
C.I 1759173642



Ing. Pablo Vásquez
Lector 3
C.I 0502274525

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica de Cotopaxi por haberme permitido formarme como profesional, a mis docentes los cuales me han compartido su conocimiento con dedicación, sabiduría y han sabido demostrar su gran compromiso en el bello arte de enseñar, así también quiero agradecer a todos quienes integran y forman parte de esta prestigiosa Universidad.

Estrella Andrés

AGRADECIMIENTO

Plenamente agradecida a la noble institución que me permitió concluir mi vida académica y además me brindo docentes con un alto nivel de profesionalismo y sobre todo calidad humana que supieron ir más allá de las enseñanzas académicas y se convirtieron en amigos y guiadores de mi vida por lo cual hoy me siento muy preparada y capacitada para iniciar mi vida profesional y enfrentar los obstáculos que se presente.

Siempre llevare en mi corazón mi querida Universidad Técnica de Cotopaxi.

Cuichan Jessica

DEDICATORIA

A mi madre Sandra Rivas quién a sido el pilar fundamental durante toda mi vida, a mi hija Andrea Estrella por su amor y comprensión incondicional, a mi tía Betty Rivas por su cariño y motivación constante, a mis abuelitos Víctor Rivas e Hipatia Viera por su sabiduría y buenos consejos y a todos quienes de una u otra manera me apoyaron para que este logro sea una realidad.

Estrella Andrés

DEDICATORIA

Todo mi esfuerzo, trabajo y dedicación es para el pilar fundamental de mi vida, mi amado hijo Mateo Caisa, quien es la razón por la que busco salir adelante siempre, es él quien me inspira a ser mejor cada día.

También agradezco a mi madre por todo el apoyo que me brinda siempre, por la paciencia que me tiene y por el ánimo que me da para seguir luchando en la vida.

Cuichan Jessica

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

TÍTULO: “Diseño de un modelo logístico para la empresa Rapid Service Ltda. del Cantón Latacunga”

Autores:

Estrella Rivas Ernesto Andrés

Cuichan Toctaguano Jessica Edith

RESUMEN

El presente proyecto de investigación está enfocado en analizar, evaluar y controlar el desempeño logístico de una empresa de servicios de courier y detectar los errores internos y externos que afectan su eficiente desenvolvimiento, como: retrasos en las entregas, desorganización en la bodega, proceso de devolución ineficaz, inadecuada planificación de rutas y empleo de recursos innecesarios, para esto se toma como caso particular la empresa de servicio de encomiendas Rapid Service Ltda. Regional Latacunga ya que ésta tiene factores de distribución y logística de transporte inadecuados que deben ser evaluados minuciosamente para su posterior mejora. La empresa Rapid Service Ltda. regional Latacunga presenta falencias en la logística de distribución de encomiendas que provoca un mayor gasto operativo e incrementa los tiempos de entrega establecidos en las políticas de la empresa, lo que requiere implementar una redistribución de los procesos logísticos de la empresa que les permita optimizar recursos y tiempos, para lo cual se identifica los errores más relevantes durante el proceso de recepción, almacenamiento, distribución, entrega y devolución de encomiendas, con lo que se podrá proponer una solución más adecuada a la realidad de la empresa la misma que saneará dichas falencias. El método que se propone para rectificar las falencias halladas antes, durante y después de la distribución de encomiendas es emplear un modelo logístico siguiendo la estructura y los requerimientos del modelo SCOR que contiene todos los procesos reorganizados, mejorados y con una estructura más sólida de planificación, aprovisionamiento, distribución y devolución, los mismos que se especificaron en un manual de procesos que permitirá desarrollar cada actividad con eficiencia, calidad y mayor organización, logrando el ahorro de costos de transporte, logística y minimizando el tiempo al máximo, brindando un servicio oportuno y de calidad. La información empleada en el presente proyecto de investigación fue proporcionada por la empresa, obteniendo datos en tiempo real.

Palabras clave: Logístico, distribución, procesos logísticos, reorganización.

TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI

ADMINISTRATIVE SCIENCES FACULTY

THEME: "Design of a logistics model for the Rapid Service Company Ltda. of the Latacunga Canton"

ABSTRACT

This research project is focused on analyzing, evaluating and controlling the logistics performance of a courier services company and detecting internal and external errors that affect its efficient development, such as: delays in deliveries, disorganization in the warehouse, process of inefficient return, inadequate route planning and the use of unnecessary resources, for this the Rapid Service Ltda. Regional Latacunga parcel service company is taken as a particular case since it has inadequate transportation distribution and logistics factors that must be carefully evaluated for its subsequent improvement. The Rapid Service Company Ltda. Regional Latacunga presents shortcomings in the logistics of distribution of parcels that causes a higher operating expense and increases the delivery times established in the company's policies, which requires implementing a redistribution of the company's logistics processes that allow them to optimize resources and times, for which the most relevant errors are identified during the process of reception, storage, distribution, delivery and return of parcels, with which a more appropriate solution to the reality of the company can be proposed same that will heal these shortcomings. The method proposed to rectify the shortcomings found before, during and after the distribution of parcels is to use a logistic model following the structure and requirements of the SCOR model that contains all the processes re-organized, improved and with a more solid structure of planning, provisioning, distribution and return, the same ones that were specified in a process manual that will allow to develop each activity with efficiency, quality and greater organization, achieving the saving of transport costs, logistics and minimizing the time to the maximum, providing a service Timely and quality. The information used in this research project was provided by the company, obtaining data in real time.

Keywords: Logistics, distribution, logistics processes, reorganization.

AVAL DE TRADUCCIÓN

En calidad de Docente del Idioma Inglés de la Carrera de Pedagogía de los Idiomas Nacionales y Extranjeros; en forma legal **CERTIFICO** que: La traducción del resumen del proyecto de investigación al Idioma Inglés presentado por los señores egresados de la Carrera de **INGENIERÍA COMERCIAL** de la **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**, **ESTRELLA RIVAS ERNESTO ANDRÉS Y CUICHAN TOCTAGUANO JESSICA EDITH**, cuyo título versa **“DISEÑO DE UN MODELO LOGÍSTICO PARA LA EMPRESA RAPID SERVICE LTDA. DEL CANTÓN LATACUNGA”**, lo realizaron bajo mi supervisión y cumple con una correcta estructura gramatical del Idioma

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad y autorizo a los peticionarios hacer uso del presente certificado de la manera ética que estimaren conveniente.

Latacunga, febrero 2020

Atentamente,



MSc. JOSÉ IGNACIO ANDRADE

DOCENTE DE UTC

C.C. 0503101040

ÍNDICE

1. INFORMACIÓN GENERAL.....	1
2. RESUMEN DEL PROYECTO.....	3
3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	4
3.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	4
3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	5
3.2.1 Planteamiento del problema.....	5
3.2.2 Fundamentación del Problema.....	5
3.2.3 Preguntas directrices	6
3.2.4 Pregunta de investigación	6
3.2.5 Objetivos	6
4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO.....	7
5. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA	8
5.2 Antecedentes de la investigación	8
5.3 Marco Teórico.....	9
6. METODOLOGÍA EMPLEADA.	22
6.1. Enfoque de la investigación	22
6.2. Tipo de investigación.....	23
6.3 Alcance de la investigación.....	23
6.4 Finalidad de la investigación.....	23
6.5 Método	24
7. ANÁLISIS FODA.....	24
8. PROCESOS LOGÍSTICOS ACTUALES.....	25
9. PROPUESTA	29
9.1 MODELO LOGÍSTICO	29
9.1.1 Manual de Procesos	29
9.1.2 Modelo Scor (Supply Chain Operations Reference).....	60
10.BIBLIOGRAFÍA	79
11. ANEXOS	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Antecedentes de la investigación	8
Tabla 2 Tendencias de fidelización del cliente	14
Tabla 3 Dimensiones de la calidad	22
Tabla 4 Nómina de Clientes.....	33
Tabla 5 Principales competidores	35
Tabla 6 Proceso SCOR	60
Tabla 7 SCORD CARD.....	61
Tabla 8 Nómina de distribución de un día.....	69
Tabla 9 Ruta Courier 1.....	70
Tabla 10 Ruta Courier 2.....	71
Tabla 11 Ruta Courier 3.....	72
Tabla 12 Mapa de Ruta Courier 3.....	73

1. INFORMACIÓN GENERAL

Título del Proyecto:

DISEÑO DE UN MODELO LOGÍSTICO PARA LA EMPRESA RAPID SERVICE LTDA. DEL CANTÓN LATACUNGA

Fecha de inicio: Inicio de asignatura Proyecto de Titulación I - febrero del 2019

Fecha de finalización: Finalización del Proyecto de Titulación II

Lugar de ejecución:

Barrio: Sigsicalle Norte

Parroquia: La Matriz

Cantón: Latacunga

Provincia: Cotopaxi

Zona: 3

Empresa: Rapid Service Ltda.

Facultad que auspicia

Facultad de Ciencias Administrativas

Carrera que auspicia:

Carrera de Comercio

Grupo de investigación

Estudiantes: Estrella Rivas Ernesto Andrés

Cuichan Toctaguano Jessica Edith

Equipo de Trabajo:

Coordinador del Proyecto de Investigación: Eco. Patricio Salazar

Estudiantes: Estrella Rivas Andrés Ernesto CI. N° 0502725716

Cuichan Toctaguano Jessica Edith CI. N° 0503448474

Área de Conocimiento:

Las áreas del conocimiento que se abordará en el presente proyecto serán:

Gerencia de Operaciones, Logística Empresarial, Investigación Operativa.

Línea de investigación:

Administración y economía para el Desarrollo Humano y Social

Sub líneas de investigación de la Carrera:

Comercio y Administración de Empresas

2. RESUMEN DEL PROYECTO

El presente proyecto de investigación está enfocado en analizar, evaluar y controlar el desempeño logístico de una empresa de servicios de courier y detectar los errores internos y externos que afectan su eficiente desenvolvimiento, como: retrasos en las entregas, desorganización en la bodega, proceso de devolución ineficaz, inadecuada planificación de rutas y empleo de recursos innecesarios, para esto se toma como caso particular la empresa de servicio de encomiendas Rapid Service Ltda. Regional Latacunga ya que ésta tiene factores de distribución y logística de transporte inadecuados que deben ser evaluados minuciosamente para su posterior mejora.

La empresa Rapid Service Ltda. regional Latacunga presenta falencias en la logística de distribución de encomiendas que provoca un mayor gasto operativo e incrementa los tiempos de entrega establecidos en las políticas de la empresa, lo que requiere implementar un redistribución de los procesos logísticos de la empresa que les permita optimizar recursos y tiempos, para lo cual se identifica los errores más relevantes durante el proceso de recepción, almacenamiento, distribución, entrega y devolución de encomiendas, con lo que se podrá proponer una solución más adecuada a la realidad de la empresa la misma que saneará dichas falencias.

El método que se propone para rectificar las falencias halladas antes, durante y después de la distribución de encomiendas es emplear un modelo logístico siguiendo la estructura y los requerimientos del modelo SCOR que contiene todos los procesos re organizados, mejorados y con una estructura más sólida de planificación, aprovisionamiento, distribución y devolución, los mismos que se especificaron en un manual de procesos que permitirá desarrollar cada actividad con eficiencia, calidad y mayor organización, logrando el ahorro de costos de transporte, logística y minimizando el tiempo al máximo, brindando un servicio oportuno y de calidad.

La información empleada en el presente proyecto de investigación fue proporcionada por la empresa, obteniendo datos en tiempo real.

3. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

3.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Considerando que en una empresa de servicios de Courier la eficiente distribución de paquetería es fundamental para prevalecer en el mercado, es importante enfocar la presente investigación en brindar ayuda a la empresa de Courier Rapid Service de la provincia de Cotopaxi para mejorar sus tiempos de entrega incrementando el porcentaje de clientes satisfechos, para lo cual se realizará un análisis general de la situación empresarial, se investigará en revistas, textos y empresas que tengan la misma actividad para proponer la solución más adecuada a su realidad.

Se analizará la situación real de la distribución y el manejo de paquetería, para identificar las falencias que conllevan a la escasa eficiencia de la empresa, hallando la de mayor relevancia que servirá para poder optar por una solución más efectiva.

De este modo se observa la gran relevancia que tiene la logística de distribución dentro de la empresa para alcanzar los objetivos organizacionales planteados, para efectivizar esta actividad se plantea diseñar un modelo de distribución logística que permita dinamizar las entregas y optimizar tiempos.

Con el diseño de este modelo se procura mejorar la eficiencia en la distribución de paquetería de la empresa, alcanzar la fidelidad y la captación de nuevos clientes potenciales y sobre todo ayudar a prevalecer en el mercado como una empresa líder en servicios de Courier.

Siendo la primera vez que se realizará una investigación en la empresa de Courier Rapid Service, no se puede contar con antecedentes investigativos, por lo cual se opta por revisar antecedentes de empresas con la misma actividad económica, que sirve como soporte de información y fortalece

la orientación del presente proyecto para lograr plantear una propuesta de distribución que se adapte al perfil de la empresa.

Una vez presentado el proyecto este podrá ser replicado en empresas similares para que puedan ser más competitivas en el mercado.

3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

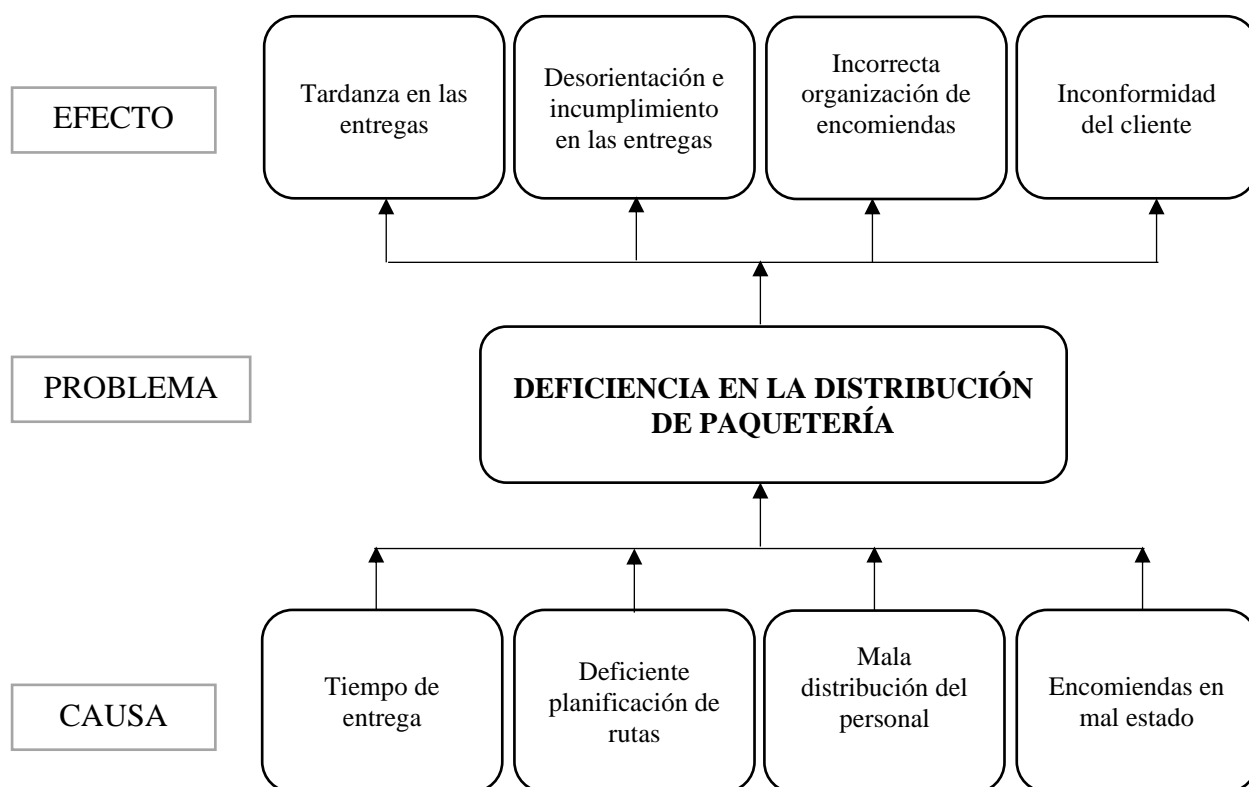
3.2.1 Planteamiento del problema

¿Cómo mejorar la eficiencia en la distribución de paquetería de la empresa de courier Rapid Service Ltda. del cantón Latacunga?

3.2.2 Fundamentación del Problema

Figura 1.

Árbol de problemas



Elaborado por: Grupo de investigación

Fuente: Datos empresariales

Los tiempos de entrega no cumplen un cronograma, provocando en la empresa Rapid Service Ltda. una gran debilidad puesto que existe tardanza en las entregas obteniendo insatisfacción en el cliente.

La mala planificación en las rutas provoca desorientación y a la vez el incumplimiento en las entregas ya que no existe un orden por cliente o prioridad de la entrega.

La empresa Rapid Service Ltda. tiene una debilidad relevante la mala distribución tareas y funciones al personal, teniendo como efecto la incorrecta organización de encomiendas al ser distribuidas y para su posterior entrega.

Otro factor que influye en la deficiencia de la distribución son las encomiendas en mal estado que por su mal aprovisionamiento están propensos a sufrir algún tipo de daño y esto ocasiona la inconformidad con el cliente al momento de recibir su encomienda.

3.2.3 Preguntas directrices

- ¿Qué modelo de distribución logística de paquetería de adapta a las necesidades de la empresa Rapid Service Ltda.?
- ¿Qué nivel de eficiencia mantiene la empresa Rapid Service Ltda. en sus entregas?
- ¿Cómo ayudaría la implementación de un modelo logístico empresarial en la empresa Rapid Service Ltda. del cantón Latacunga a mejorar la distribución de paquetería?

3.2.4 Pregunta de investigación

¿Cómo mejorar la eficiencia de la distribución de paquetería?

3.2.5 Objetivos

Objetivo general

Diseñar un modelo logístico que mejore la eficiencia de la distribución de paquetería de la empresa Rapid Service Ltda. del cantón Latacunga.

Objetivos específicos

- Estudiar los diferentes modelos de distribución logística.
- Analizar los procesos de distribución actual de la empresa.
- Evaluar el tiempo de entrega de paquetería de la empresa Rapid Service Ltda. del cantón Latacunga
- Definir los procesos adecuados para mejorar la eficiencia de la distribución de paquetería

4. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO

Beneficiarios Directos

- Gerente propietario: Gonzalo Apolo
- Gerente regional Latacunga: Sandra Rivas
- Courier uno: César Ochoa
- Courier dos: Andrés Estrella
- Chofer: Benito Villarroel

Se toma en cuenta a los gerentes, trabajadores y todos quienes conforman la empresa como beneficiarios directos ya que el presente proyecto busca optimizar recursos; económicos, tecnológicos, de movilidad y transporte.

Beneficiarios Indirectos

Los beneficiarios indirectos del presente proyecto son 124 personas que periódicamente utilizan el servicio de encomiendas de la empresa Rapid Service Ltda.

5. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICO TÉCNICA

5.2 Antecedentes de la investigación

Tomando en cuenta que en la empresa Rapid Service Ltda. no se ha realizado investigaciones previas a la presente, se toma en consideración como antecedentes las investigaciones realizadas en empresas de la misma actividad económica.

Tabla 1

Antecedentes de la investigación

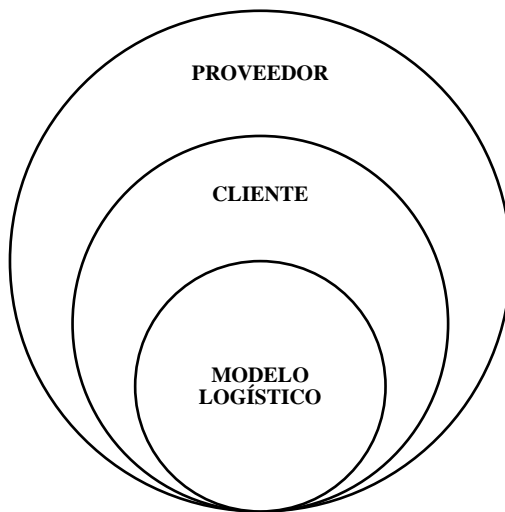
Datos	Contenido
Autor: (Delgado, Martinez, Covas, 2015) Tema: Procedimiento para la mejora del servicio de envíos de mensajería DHL Express, perteneciente a la empresa de correos Cienfuegos.	Las principales insatisfacciones de los clientes que reciben el servicio de envíos de Mensajería DHL Express, están relacionadas con el tiempo de entrega del envío. (p. 118) La eliminación de actividades que no añaden valor y la automatización con conectividad, permiten cumplir con los plazos de entrega. (p. 118)
Autor: (Diego Flores, 2009) Tema: Propuesta de Rediseño de las rutas de entrega AM para DHL Express Quito.	El transporte es un costo significativo para varias empresas y por lo tanto el potencial de ahorro es grande. (p. 58) La aplicación del método k-means presento como resultado rutas con cargas de trabajo desbalanceadas (p. 58)
Autor: (Quinteros y Sotomayor, 2018) Tema: Propuesta de la eficiencia del proceso logístico de la empresa Tramaco Express, del cantón Duran	La percepción de la mayoría de los clientes del servicio no es buena, esto debido a que la mayor parte de las encomiendas llegan a su destino en retraso o en mal estado sin que el cliente tenga acceso a garantías. (p. 77) A través de las capacitaciones se podrá reducir errores dentro del área logística y la correcta manipulación y zonificación de la carga. (p. 77)
Autor: (Gordon y Sarango, 2014) Tema: Propuesta para el mejoramiento de la eficiencia y eficacia de la empresa Urbano Expresss Agencia – Ibarra	La empresa conserva un adecuado manejo de clientes, entre los que se destaca el Grupo OPTAR, en todo lo concerniente a tarjetas de crédito del Banco Pichincha, además muchas empresas del sector y zonas aledañas, hacen uso de los servicios prestados. (p. 126) Se propone elaborar un modelo de gestión para mejorar la atención al cliente orientando a la empresa a un alto nivel de servicio. (p. 127)

Elaborado por: Grupo de investigación

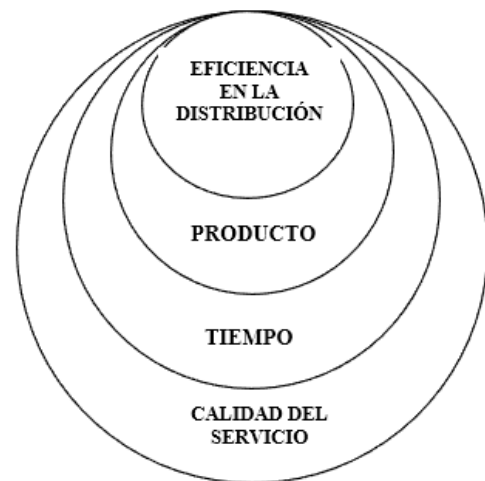
5.3 Marco Teórico

El marco teórico permite ver con mayor claridad fundamentos desarrollados en proyectos anteriores, basándose en la concepción teórica que contiene cada estudio el cual se detalla a continuación con la finalidad de dar solución a la problemática que se ha venido presentando en la Empresa de Courier Rapid Service Ltda.

VARIABLE INDEPENDIENTE



VARIABLE DEPENDIENTE



1. MODELO LOGÍSTICO

Un modelo es una guía que nos ayuda a identificar como realizar un proceso mediante una serie de pasos, para Caracheo (2002), un modelo debe exponer de manera visual todas las actividades de la organización, sus falencias, sus potencialidades, todo como una guía basada en un plan de acción con una mejora continua, así es como considera un modelo de gestión en el cual consta con una investigación, una acción, innovación y desarrollo.

Según (Carachero, 2002, p. 11), un modelo es:

...representación de la realidad, explicación de un fenómeno, ideal digno de imitarse, paradigma, canon, patrón o guía de acción, idealización de la realidad, arquetipo, prototipo, uno entre una serie de objetos similares, un conjunto de elementos esenciales o los supuestos teóricos de un sistema social.

Representar la realidad de una organización es esencial porque se evidencia todas sus actividades, una ventaja para un cliente es saber de qué manera la organización realiza sus actividades, esto permite ampliar las posibilidades de mejora continua, para Hernandez (citado en Molina. 2015), un modelo es la realidad que vive la organización día con día, donde detalla sus actividades y procesos abiertamente y estos se los realice con máxima eficiencia optimizando costos y garantizando la mayor satisfacción al cliente.

A continuación, se analizan varios modelos logísticos para determinar cuál es el que mayormente se acopla a las necesidades de logística de distribución de una empresa de paquetería.

Modelo de demanda

Según (Cranic, gendreau y Jean yves, 2009) “Los modelos de demanda buscan identificar los productores, transportadores, despachadores, clientes, el nivel de consumo, los productos que se mueven, los volúmenes de distribución desde origen hasta destino”.

Este modelo nos permite conocer el comportamiento y la tendencia de la demanda para escoger con anterioridad el transporte que se va necesita usar para el transporte de mercancías.

Modelo de ruteo

Para (Kim et al, 2005) “El modelo de ruteo incluye la regulación del tráfico, la congestión vehicular, las condiciones de las vías, los espacios de estacionamiento, la contaminación del aire y de ruido”.

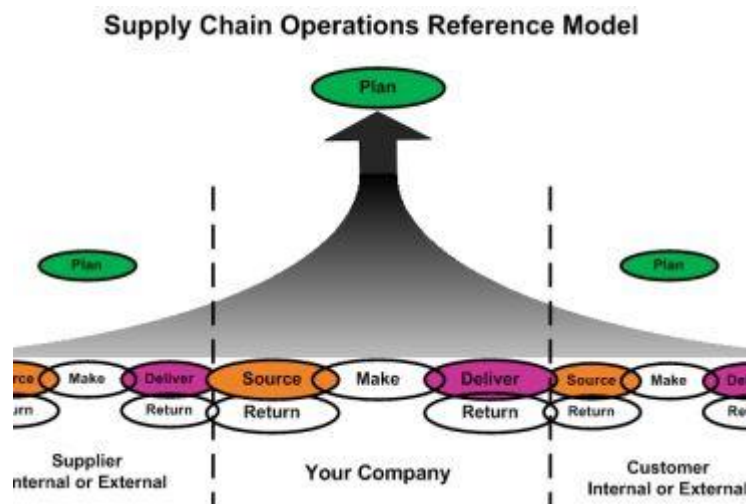
Este modelo nos permite planificar las rutas que se van a utilizar para la entrega de mercancías y tener un mejor manejo en el tráfico de mercancías.

Modelo SCOR

Es una herramienta que nos ayuda analizar, organizar y configurar de mejor manera la distribución de paquetería tomando en cuenta el conjunto de fases de planeación, aprovisionamiento, distribución y devolución.

Luego de haber analizado cada uno de los modelos logísticos basados en la distribución de mercancías se ha escogido el modelo SCOR por acoplarse de mejor manera a las necesidades logísticas que tiene la empresa Rapid Service Ltda.

Figura 2
MODELO SCOR



Fuente: (The Supply-chain Council, 2010)

Fases:

1. Planeación.
2. Aprovisionamiento.
3. Distribución.
4. Devolución.

Planificación: La demanda, la planificación de suministros y la administración se incluyen en este paso. Los elementos incluyen equilibrar los recursos con los requisitos y la determinación de la

comunicación a lo largo de toda la cadena. Además, el planeamiento toma en cuenta la determinación de las reglas de negocio para mejorar y medir la cadena de suministros eficientemente.

Aprovisionamiento: En este paso se describe la infraestructura de abastecimiento y adquisición de material. Se trata sobre cómo manejar el inventario, acuerdos y rendimiento de proveedores. También trata sobre cómo manejar los pagos a proveedores, cuando recibir, verificar y transportar.

Distribución: El suministro o distribución incluye la gestión de pedidos, almacenaje y transporte. También se incluye la recepción de pedidos de clientes y facturación del producto una vez que se haya recibido. Este paso implica la gestión de los inventarios terminados, los bienes, el transporte, los ciclos de vida del producto y los requisitos de importación y exportación.

Devolución: Toda empresa debe estar preparada para la devolución de productos sea la razón que sea. La devolución involucra la administración de reglas de negocio, el inventario de cambio, bienes, transporte y los requisitos reglamentarios.

En resumen, la utilidad del modelo SCOR se basa en:

1. Unificar términos y dar un formato estándar para describir la Cadena de Suministro.
2. Evaluar cada proceso con Indicadores (KPI's) apropiados.
3. Comparar sus niveles con los de Clase Mundial.
4. Encontrar Oportunidades de Mejora.
5. Saber qué mejores prácticas se pueden implementar.
6. Mantener un sistema continuo de evaluación de KPI's y proponer mejoras futuras.

El modelo SCOR, desarrollado por Supply Chain Council (SCC) es empleada para mejorar las estrategias logísticas tanto de productos como de servicios, es una herramienta que nos ayuda

mejorar en los procesos que realiza la empresa y a mitigar los errores existentes en su logística, por su enfoque táctico este engloba todas las fases que comprende la empresa.

El modelo se compone por procesos de negocios entre ellos la reingeniería los cuales nos ayudarán a una nueva distribución de los procesos que se manejan en una empresa de courier, ampliando las perspectivas a futuro con el establecimiento de nuevos objetivos obteniendo mejores resultados y el saneamiento de errores durante el desarrollo de los procesos.

1.1 CLIENTES

(Dolores Fernández Verde; Elena Fernández Rico, 2010, pág. 220) refieren al termino clientes como “Un consumidor fiel a una marca o producto” relacionado en si con el éxito o fracaso de la empresa, pues son el motor de la empresa y su razón de ser y existir.

Por su parte (Luis R. Picazo Manriquez y Fabian Martínez Villegas, 1991, pág. 65) mencionan que “El mejor promotor- de menor costo para una empresa – es un cliente satisfecho, que de una u otra forma recomendará los productos y servicios de la empresa” es por ende que es necesario mantener una adecuada y eficiente atención al cliente para fidelizarlo y captar nuevos clientes.

En la actualidad el cliente no se fija en el producto y los beneficios que este le brinda o la satisfacción que le proporciona, se fija más en el servicio que recibe, la cortesía de la atención y la sensación de satisfacción que esta le provoco.

(Luis R. Picazo Manriquez y Fabian Martínez Villegas, 1991, pág. 67) también detalla dos tipos de clientes que son:

Cliente Externos: Son aquellas personas que acuden a las empresa u organizaciones a comprar un producto o servicio, tal como comprar alimentos, utilizar medios de transporte, viajes, etc. y lo retribuyen mediante dinero pagando el precio total del mismo.

Cientes Internos: Son aquellas personas dentro de la organización que trabajan en la ores de administración procesos productivos, almacén, investigación o dirección, y son

considerados clientes por que necesitan recibir de otros compañeros o miembros de la empresa, productos o servicios para poder seguir realizando su trabajo. No solo no pagan por ese producto o servicio que reciben, sino que se les remunera por sus actividades laborales.

Fidelización del cliente

Es relevante que las empresas alcancen la fidelización de sus clientes para ello menciona (Alcaide, 2015, pág. 14) que es necesario “centrarse en aportar soluciones y resultados, no productos. Los productos se pueden copiar fácilmente, las emociones no. Hay que centrarse en solucionar problemas y a llenar espacios y carencia de emociones en el cliente para lograr una vinculación efectiva y emocional.” Para ello menciona que existen nueve tendencias de fidelización del cliente:

Tabla 2

Tendencias de fidelización del cliente

TENDENCIAS DE FIDELIZACIÓN	
Multicanalidad en la experiencia del cliente.	Las empresas pueden ser capaces de ofrecer un servicio de calidad e integrar la atención al cliente en todos los puntos de contacto.
Hiper personalización y marketing de preferencia Gamificación y juego.	Aprovechar el conocimiento profundo para hacer propuestas diferenciadas y a medida.
Marketing social, local y móvil.	Dedicar un alto nivel de esfuerzo a conseguir un mix de geolocalización, comportamiento, actitud y preferencia.
Fidelización y compromiso.	Trabajar más arduamente por las estrategias de marketing social y solidaridad online.
Marketing boca a boca.	Dedicar un alto nivel de esfuerzo en el Word of mouth, proveniente de cualquier canal, sea positivo para su marca.
Interacción.	Ofrecen recompensas reales y consistentes, que hagan que la fidelidad de los consumidores sea veraz y continua.
Co-creación.	Apoyarse en las ideas que los consumidores aportan, que permiten mejoras y les hacen sentir que son parte de la empresa.
Empleados como punta de lanza de la fidelización.	Considerar a los trabajadores como embajadores de la marca, son ellos los que más conocen a la clientela.

Fuente: (Alcaide, 2015, pág. 14)

1.2 PROVEEDORES

(Imelda Fosdo, 2011) menciona que el proveedor “es la persona o empresa que abastece con algo a otra empresa o una comunidad ya sean estos de bienes o servicios” es decir necesario contar con un proveedor adecuado que cumpla con las expectativas que requiere la empresa y sobre todo que siempre les provea a tiempo, con la finalidad de no retrasar las actividades de la empresa.

Por otra parte (Laseter, 1998) refiere a los proveedores como “el punto clave de prácticamente todos los procesos de negociaciones y directamente con la actividad de la empresa” es decir en el caso de una empresa de producción es indispensable contar con los proveedores adecuados que dispongan de la materia prima en el momento indicado, que presenten facilidades de pago, alta calidad en los productos y sobre todo cuente con el mejor precio del mercado.

Clasificación de proveedores

(Garcia, 2018) determina que es fundamental identificar los diversos proveedores y los beneficios que brindan, es así que los clasifica en tres grupos:

Proveedor de producto: proporcionan un artículo que tiene un valor monetario y satisfacen una necesidad tangible del mercado.

Proveedor de servicio: el bien es intangible, pero se necesita la confluencia de otros tangibles para producirlo.

Proveedor de recurso: satisfacen las necesidades de fuentes de carácter económico de una empresa, básicamente de créditos, socios o capital.

2. EFICIENCIA EN LA DISTRIBUCIÓN

EFICIENCIA

Según Idalberto Chiavenato eficiencia es:

“Una medida normativa de la utilización de recursos. Puede medirse por la cantidad de recursos utilizados en la elaboración de un producto, la eficiencia aumenta a medida que decrecen los costos y los recursos utilizados a su vez también es una relación técnica entre entradas y salidas”.

Tipos:

Según Karen Mokate existen 2 tipos de eficiencia: (Interna y externa).

“Se refiere a eficiencia interna cuando el objetivo o el logro a que se refiere, es interno al servicio que se ofrece o a la iniciativa que se implementa. Mientras que con eficiencia externa se refiere a la razón de productos monetarios a insumos monetarios. Esta interpretación de la diferencia entre eficiencia externa e interna resulta particular y algo limitante. Donde bien los objetivos o efectos que se analizan en el contexto de eficiencia externa se prestan más a la monetización que los que se suelen analizar en el contexto de eficiencia interna, resultaría muy simplista sugerir que todo efecto externo se puede traducir en un beneficio monetario”.

Recursos:

Según Adam Smith los recursos más importantes de la eficiencia son:

1. Humanos.
2. Tecnológicos.
3. Financieros.
4. Físicos.

Principio:

Según Killian, Z., 2004 el principio de eficiencia es: “El actor estratégico hará un uso dosificado de sus recursos en cada evento del juego interactivo, lo cual ocurrirá en función de la aplicación de recursos por parte del otro”.

Aplicación:

✓ Aplicada a la Administración:

Según Idalberto Chiavenato, eficiencia: Significa utilización correcta de los recursos (medios de producción) disponibles. Puede definirse mediante la ecuación $E=P/R$, donde P son los productos resultantes y R los recursos utilizados"

Para Koontz y Weihrich, la eficiencia es “el logro de las metas con la menor cantidad de recursos”.

Según Robbins y Coulter, la eficiencia consiste en “obtener los mayores resultados con la mínima inversión”.

Para Reinaldo O. Da Silva, la eficiencia significa “operar de modo que los recursos sean utilizados de forma más adecuada”.

- ✓ Aplicada a la Economía:
 Según Samuelson y Nordhaus, eficiencia: “significa utilización de los recursos de la sociedad de la manera más eficaz posible para satisfacer las necesidades y los deseos de los individuos”.
 Para Gregory Mankiw, la eficiencia es la “propiedad según la cual la sociedad aprovecha de la mejor manera posible sus recursos escasos”.
 Simón Andrade, define la eficiencia de la siguiente manera: “expresión que se emplea para medir la capacidad o cualidad de actuación de un sistema o sujeto económico, para lograr el cumplimiento de objetivos determinados, minimizando el empleo de recursos”.
- ✓ Aplicada a la Mercadotecnia:
 Según el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., la eficiencia es el “nivel de logro en la realización de objetivos por parte de un organismo con el menor coste de recursos financieros, humanos y tiempo, o con máxima consecución de los objetivos para un nivel dado de recursos (financieros, humanos, etc.)”.
- ✓ Según el Diccionario de la Real Academia Española:
 Eficiencia (Del lat. efficientia) es la capacidad de disponer de alguien o de algo para conseguir un efecto determinado.

Estrategias:

Para Samuelson Paúl y Nordhaus Willian se pueden implementar varias estrategias de eficiencia:

Las diferentes estrategias que se emplean están enfocados a los diferentes componentes que forman la empresa como los son:

Los empleados en donde debemos conocer:

- ✓ Sus carencias.
- ✓ Sus necesidades.
- ✓ Su entorno.

Los clientes:

- ✓ Interacción periódica con el cliente.
- ✓ Promover los comentarios del cliente de mi servicio o producto.
- ✓ Supervisar los plazos de entrega asegurando la calidad.

La empresa:

- ✓ Identificar las carencias en un determinado tiempo.
- ✓ Innovar tecnológicamente.
- ✓ Actualizar las necesidades de eficiencia en base a los comentarios del cliente.

Tipos:

Según Karen Mokate existen 2 tipos de eficiencia: (Interna y externa).

“Se refiere a eficiencia interna cuando el objetivo o el logro a que se refiere, es interno al servicio que se ofrece o a la iniciativa que se implementa. Por ejemplo, la eficiencia interna de un sistema educativa es analizada con base en los procesos que ocurren dentro del servicio educativo: aprendizaje, repetición, deserción, etc. Mientras que con eficiencia externa nos referimos a la razón de productos monetarios a insumos monetarios. Esta interpretación de la diferencia entre eficiencia externa e interna resulta particular y algo limitante. Donde bien los objetivos o efectos que se analizan en el contexto de eficiencia externa se prestan más a la monetización que los que se suelen analizar en el contexto de eficiencia interna, resultaría muy simplista sugerir que todo efecto externo se puede traducir en un beneficio monetario”.

Recursos:

Según Adam Smith los recursos más importantes de la eficiencia son:

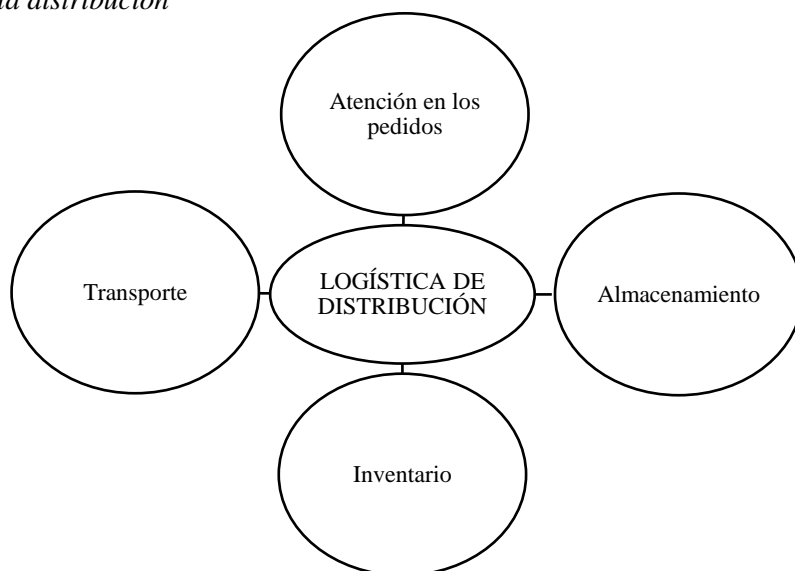
1. Humanos.
2. Tecnológicos.
3. Financieros.
4. Físicos.

DISTRIBUCIÓN

“La distribución física implica la planificación, la instrumentación y el control del flujo físico de los materiales desde el almacén central, regulador o plataforma, hasta la descarga de las mercancías en el punto de venta”. (Formación, 1995, p. 358), esto se refiere a la importancia de mantener un adecuado proceso de distribución, tomando en cuenta todos los factores que influyen en él, contar con los parámetros necesarios para mantener un producto en óptimas condiciones y dentro de los

tiempos establecidos, con la finalidad de no desabastecer al punto de venta, la distribución consiste en “mover la cantidad de productos necesarios al lugar exacto, en el momento oportuno y en las condiciones que así lo exige el cliente para satisfacer sus necesidades” así lo define (Holguín, 2012, p. 141).

Figura 3
Ciclo de la distribución



Fuente: (Holguín, 2012)

(Holguín, 2012, p. 141) Detalla a continuación cada uno de los procesos de la distribución:

Atención en pedidos: La recepción, proceso y despacho de un pedido de un cliente debe ser un proceso sencillo, rápido y efectivo.

Almacenamiento: El fabricante debe velar cuando vende, a un mayorista o a un minorista, por un excelente sistema de almacenamiento, de exhibición y cuidado de los productos. Aspectos necesarios del almacenaje:

- Estar almacenado adecuadamente.
- Cada clase o tipo de producto necesita de un tratamiento especial por lo que se debe precisar las condiciones del almacenamiento y conservación.
- Los fabricantes deben analizar igualmente, los sistemas de almacenamiento de los intermediarios, pues si carecen de ello o son deficientes, seguramente se pueden presentar problemas para su comercialización.

Inventario: Siempre se debe elaborar un inventario para controlar la entrada, salida y rotación de mercadería en bodega.

Transporte: Desde el punto de vista de la distribución física, el transporte es todo un arte, los avances tecnológicos han ayudado mucho y el sistema se ha vuelto más sofisticado y es que se debe ser así porque se transporta mercancía que va a satisfacer necesidades al

consumidor o usuario. Es necesario contar con vehículos necesarios y adecuados para cada tipo de mercancía a transportar con el fin de entregar un producto a tiempo y en las mejores condiciones.

2.1 PRODUCTO

(Luis R. Picazo Manriquez y Fabian Martínez Villegas, 1991, pág. 59) “El producto es el paquete de beneficios que tienen un valor específico para su adquirente y que es posicionado en su mente mediante un concepto que lo presenta como diferente a los demás.”

(Jeroma MacCarthy ; William D. Perreault, 1997) el producto "es la oferta con que una compañía satisface una necesidad".

Los autores mencionados anteriormente enfatizan que el producto está dirigido a un cliente en específico que busca satisfacer sus necesidades y busca entre varios proveedores el mejor tanto en calidad como en precio.

(Cultural S.A Autor Institucional, 2001) considera que el producto es:

Cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características. El producto se define también como el potencial de satisfactores generados antes, durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio. Aquí se incluyen todos los componentes del producto, sean o no tangibles, como el envasado, el etiquetado y las políticas de servicio.

Mientras que para (Kotler Philip y Armostrong Gary, 2013) define al producto como:

Es cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para su atención, adquisición, uso o consumo y que podría satisfacer un deseo o una necesidad. (Sin embargo), el concepto de producto no está limitado a objetos físicos; cualquier cosa que pueda satisfacer una necesidad se puede llamar producto (objetos físicos, servicios, personas, lugares, organizaciones e ideas). Además de los bienes tangibles, los productos incluyen servicios, que son actividades o beneficios que se ofrecen a la venta y que son básicamente intangibles y no tienen como resultado la propiedad de algo"

2.2 TIEMPO

Para las empresas el tiempo es primordial, es necesario saber emplear adecuadamente el tiempo para obtener beneficios para la empresa, (Arndt, 2005) refiere que “los plazos de entregar en las empresas de transporte es algo fundamental y garantiza la competitividad de nuestros clientes.”

La empresa de transporte (Saeso Logística, 1989) enfatiza la importancia de cumplir con los tiempos de entrega al mencionar que:

“El cliente tendrá la sensación de que está confiando en una empresa seria y de confianza, y con la que quizás establecer una relación de fidelidad y con vistas de futuro. No solo se trata de entregar -y cómo no en perfecto estado la mercancía- sino que además la importancia del tiempo en la entrega de mercancía del cliente a punto nacional o internacional fijado de antemano es tal que se debe respetar el tiempo elegido a la hora de recoger dicha mercancía en la hora marcada y entregarla justo en el momento fijado”

Cumpliendo con los tiempos de entrega se alcanza la satisfacción y fidelidad de un cliente ya que puede disponer de la mercancía en los tiempos fijados, lo que aumenta la calidad del servicio.

2.3 CALIDAD EN EL SERVICIO

(Luis R. Picazo Manriquez y Fabian Martínez Villegas, 1991, pág. 63) menciona que “La calidad debe proporcionarse no solo en el producto, sino también en el servicio, y ambas deben comunicarse apropiadamente al cliente, además de formar atributos de identidad corporativa”, esto le permite ser a la empresa más competitiva, captar nuevos clientes y fidelizar a los existentes, además es necesario conocer los, deseos, necesidades y expectativas de los clientes para adaptar nuevos procesos que permita cumplir y alcanzar altos niveles de calidad en el servicio.

(Alcaide, 2015) enfatiza que “La experiencia del cliente debe ser la prioridad número uno de las organizaciones, puesto que, sin un alto nivel de calidad de servicio a los clientes, la fidelización se convierte en una misión imposible”

Dimensiones de la calidad de servicio

(James R. Evans; William M. Lindsay, 2015, pág. 104) menciona que

Los clientes en la actualidad presta más atención al servicio que recibe, en al producto en sí. Por ende, es más probable que cambien de proveedor no la calidad o precio del producto, más bien por el trato que reciben. Es así que se determina cinco dimensiones claves que ayudan a mejorar la perspectiva del cliente.

Tabla 3

Dimensiones de la calidad

Dimensiones	Servicios
Confiabilidad	Capacidad de proveer lo que se prometió en forma confiable y precisa.
Confianza	El conocimiento y cortesía de los empleados y su capacidad para transmitir confianza y seguridad.
Tangible	Las instalaciones y el equipamiento físico y el aspecto del personal.
Empatía	El grado de cuidado y atención individual que se brinda a los clientes.
Sensibilidad	La disposición de ayudar a los clientes y proporcionar un servicio expedito.

Recuperado: (James R. Evans; William M. Lindsay, 2015)

LA PERCEPCIÓN DEL CLIENTE RESPECTO AL SERVICIO RECIBIDO

(Dolores Fernández Verde; Elena Fernández Rico, 2010, pág. 223) consideran tomar en cuenta la percepción del cliente puesto que es:

Fundamental para toda empresa conocer con exactitud la percepción del cliente respecto a la atención recibida y cuál es su grado de satisfacción con el servicio, ya que proporciona a la empresa información que ayudará a determinar las necesidades del cliente y a comparar la evolución o la involución del servicio por tato a poder introducir cambios necesarios. La manera más eficiente de valorar el grado de satisfacción del cliente es mediante una encuesta que permite evaluar las cualidades del servicio.

6. METODOLOGÍA EMPLEADA.

6.1. Enfoque de la investigación

El presente proyecto es una investigación cualitativa, porque se realizó un análisis de tipo descriptivo empleando preguntas específicas con respuestas cerradas para obtener una muestra numérica que darán resultados más cercanos a la situación real de la empresa Rapid Service de Cotopaxi.

6.2. Tipo de investigación

Exploratorio: Se realizó una investigación de tipo exploratorio palpando de cerca el problema en un primer acercamiento en donde se pudo constatar que la distribución de paquetería es inadecuada.

Descriptivo: Como su nombre lo indica en este tipo de investigación se describe la realidad situacional del problema con un poco más de conocimiento sobre su situación, en donde los eventos del mal manejo de la carga postal tenían varias causas de las cuales se seleccionará la más relevante ante el problema, así se pudo hacer un análisis de los procesos que están involucrados en el mismo.

Explicativo: En este nivel de investigación es importante saber cuáles son los criterios de causalidad, ya identificados tomando en cuenta el estudio observacional, porque permitió obtener resultados con datos que provienen de mediciones no controladas.

6.3 Alcance de la investigación

Con el análisis e identificación de las falencias dentro del proceso de distribución de paquetería se diseñó un modelo logístico de distribución, que permitió mejorar la eficiencia en la distribución.

6.4 Finalidad de la investigación

Según (Cordero, 2010) En su artículo científico cita a (Sorrilla 1993) y acota que la investigación aplicada “consiste en mantener conocimientos y realizarlos en la práctica, además de mantener estudios científicos con el fin de encontrar respuesta a posibles aspectos de mejora en situación de la vida cotidiana”. (p. 4). Basado en los antes mencionados se realizará una investigación aplicada para identificar cuáles son las falencias en la entrega de encomiendas, con la finalidad de poder enmendarlas y alcanzar una eficiencia en la gestión de entregas de encomiendas de la empresa Rapid Service en la provincia de Cotopaxi.

6.5 Método

Se empleó el método deductivo por que como lo menciona (Carvajal, 2014) “La deducción es uno de los principales métodos de razonamiento o conclusión y un método de investigación imprescindible. En sentido amplio, por deducción se entiende toda conclusión a la que lleguemos después de un razonamiento”(p. 4). Con este conocimiento se opto por aplicar el método deductivo a la presente investigación, porque después de un análisis empresarial se llegó a la fuente de las falencias en las entregas y se tomó decisiones encaminadas a la eficiencia.

7. ANÁLISIS FODA

Tabla 3
FODA

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
Atención al cliente	Clientes
Horario de atención	Proveedores
Local de distribución	Mayor tendencia a envíos postales
	Implementación tecnológica
DEBILIDADES	AMENAZAS
Comunicación interna	Nuevos competidores
Área de distribución física	Productos sustitutos
Tiempo de entregas	Competencia
Rutas de distribución actual	Medios de transporte
	Crisis económica
	Políticas para la creación de nuevas empresas

Elaborado por: Grupo de investigación

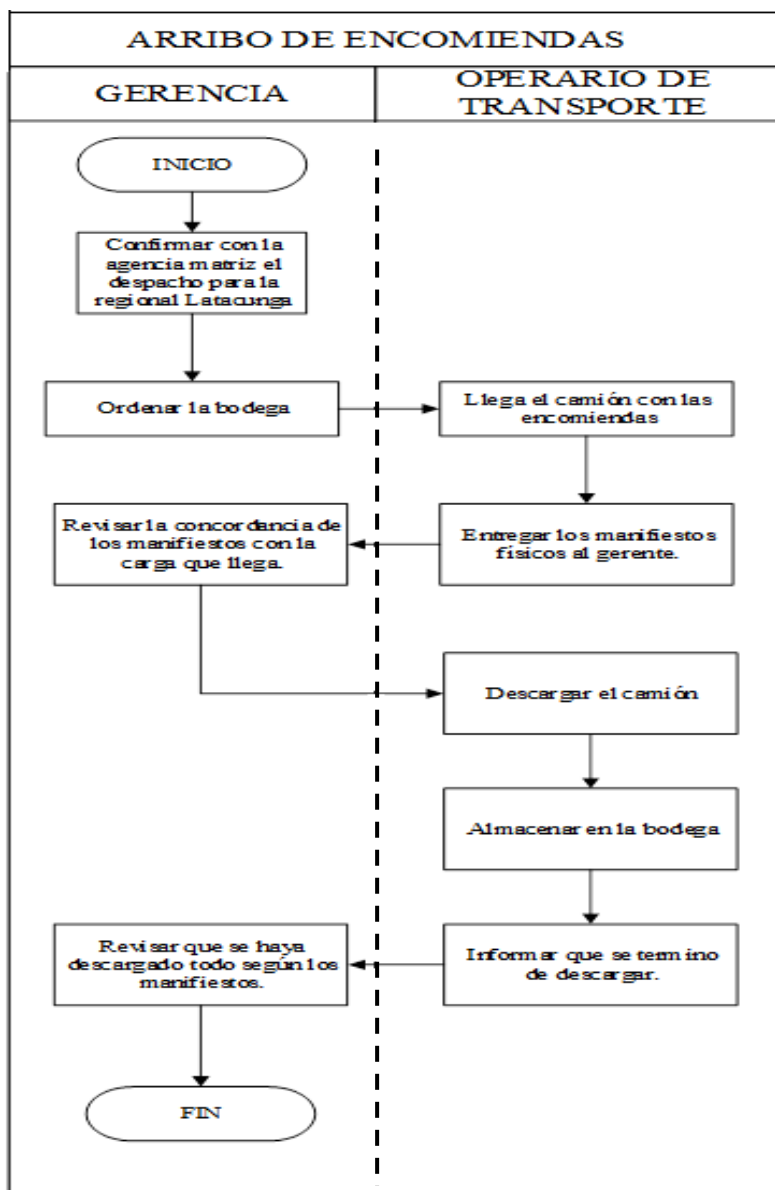
8. PROCESOS LOGÍSTICOS ACTUALES

Flujogramas de procesos involucrados en las actividades de la empresa antes del modelo

SCOR

Figura 4

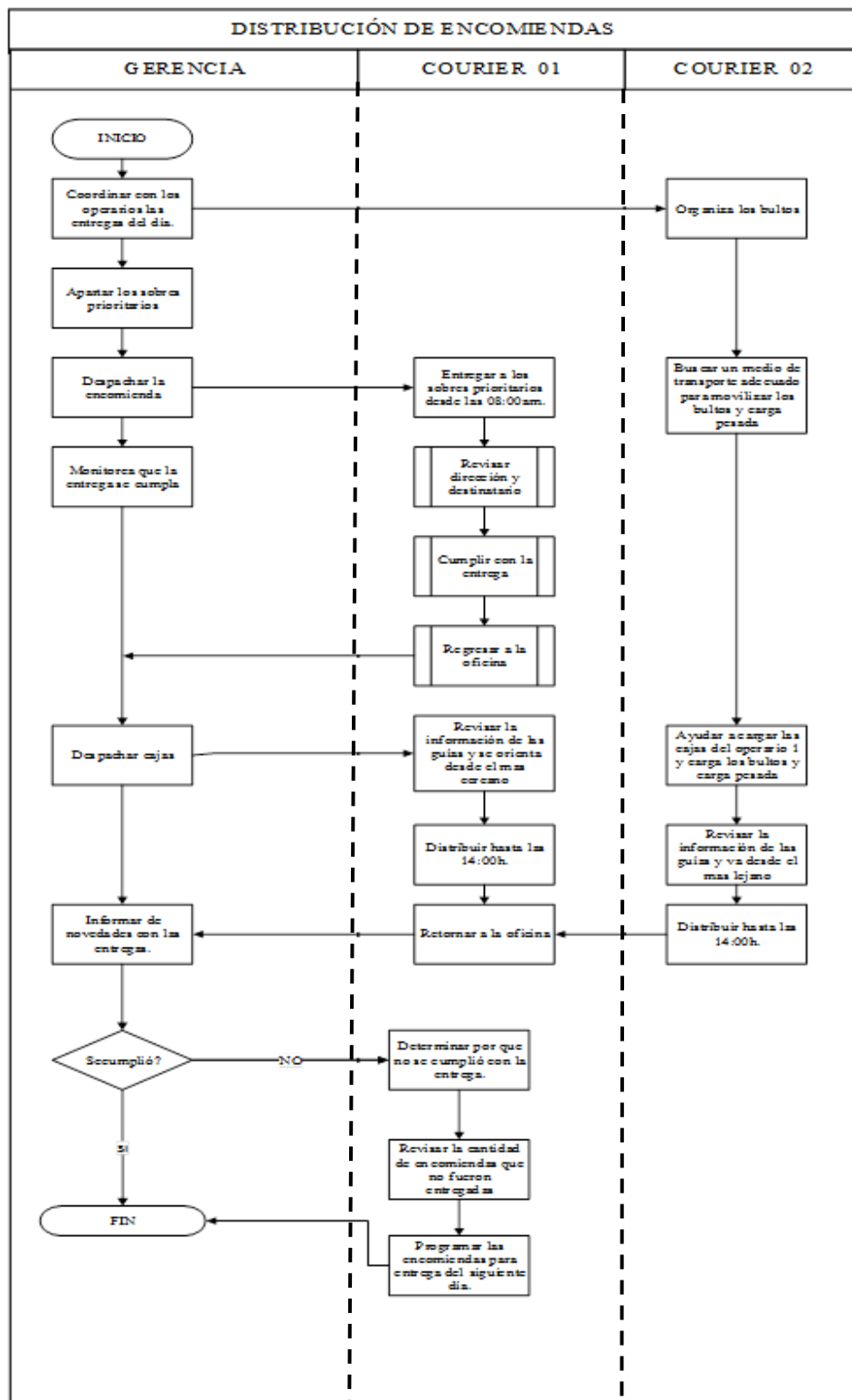
Arribo de encomiendas



Elaboro por: Grupo de investigación

Fuente: Datos empresariales

Figura 5
Distribución de encomiendas



Elaboro por: Grupo de investigación
Fuente: Datos empresariales

Figura 6
Recepción de encomiendas

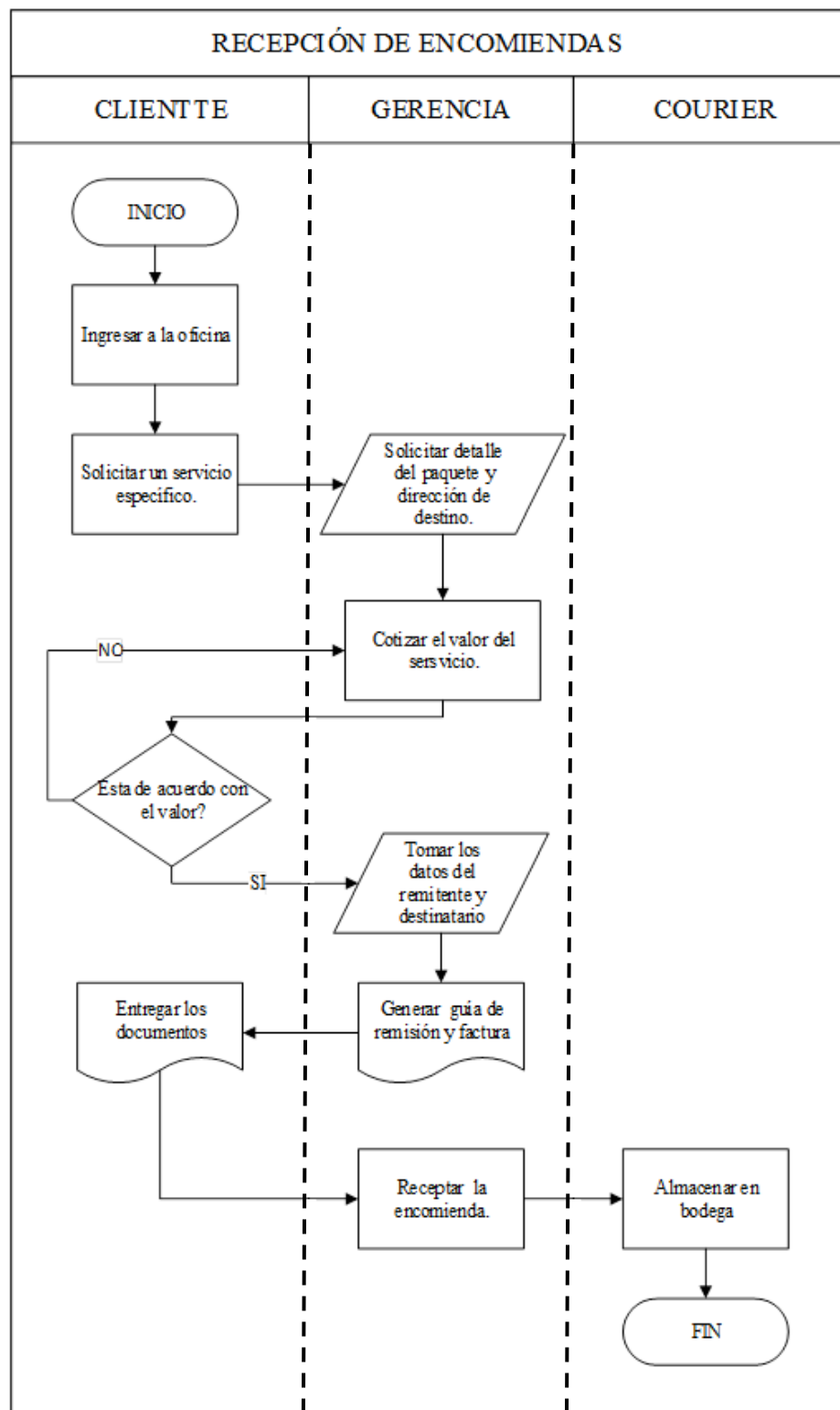
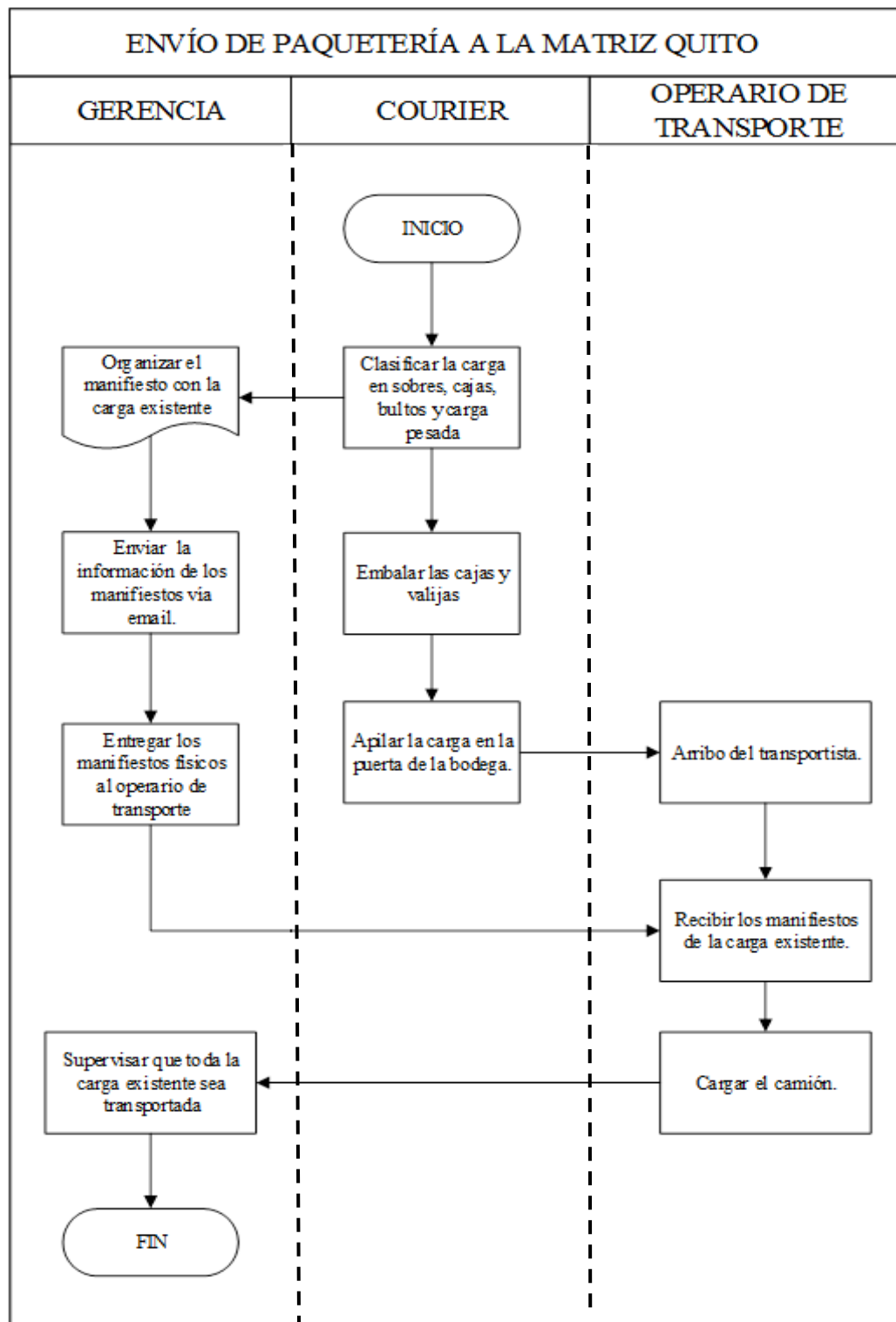


Figura 7
Envío de paquetería a la matriz Quito



Elaboro por: Grupo de investigación
Fuente: Datos empresariales

9. PROPUESTA

En base al análisis realizado a la empresa de servicios de courier Rapid Service Ltda. del cantón Latacunga se detecta falencias dentro de los procesos administrativos y con más relevancia en el proceso de distribución por ende se plantea elaborar un Modelo Logístico conformado por un Manual de Procesos que detalla paso a paso cada proceso que debe llevar a cabo la empresa para el correcto desarrollo de las actividades y el Modelo SCOR que plantea las mejoras que debe tomar en cuenta la empresa para su correcto manejo de paquetería.

9.1 MODELO LOGÍSTICO

9.1.1 Manual de Procesos



Reseña histórica

De acuerdo a la página web de la empresa (Rapid Service, s.f.) menciona que es una empresa que fue fundada en 1989 como una sociedad de hecho, y en el año 2000 se hace compañía limitada. Fue fundada por el señor Gonzalo Apolo en la ciudad de Cuenca, está ubicada en la calle Gran Colombia 21-251 y Unidad Nacional. Esta empresa se dedica a la entrega de documentos, paquetes, carga liviana y carga pesada a nivel nacional e internacional con alianzas estratégicas con otras empresas. Ofertando a sus clientes un servicio de calidad, cuenta con personal capacitado y una flota de camiones, camionetas, furgonetas y motocicletas según las diferentes necesidades de sus clientes. Esta empresa en sus inicios no tenía recursos ni inversión inicial, lo que le llevó al joven de 27 años de edad a emprender. Él comenzó a trabajar solo tocando de puerta en puerta si necesitaba que se le ayude a la persona con algún tipo de encargo, al comienzo él hacía todo tipo de encargos, compras en el supermercado, entrega de rosas o de pequeños paquetes, depósitos,

compra de repuestos, etc. Después de poco tiempo, la empresa ya daba frutos, se compró una pequeña camioneta en la que ya entregaba paquetes un poco más grandes y en diferentes partes de la ciudad, también se tercerizaba motocicletas de amigos. El joven ambicioso quería expandirse y el mercado cuencano le quedaba corto, entonces hablo con parientes y amigos en Quito, Guayaquil, Loja y Machala que le ayuden con las entregas. Al inicio fue complicado ya que no tenía ningún tipo de control, solo se realizaban las entregas sin ningún tipo de dirección gerencial o logística. En varias ocasiones le tocaba levantarse a la madrugada porque tenía algún tipo de inconveniente en las entregas, a pesar de las dificultades y el trabajo duro en tan solo 2 años ya se había ubicado en las 4 ciudades más grandes del país.

En la ciudad de Latacunga cuentan con la representación regional de la Sra. Sandra Rivas que pretende imponerse en la ciudad como una de las empresas de servicio de Courier más importantes y con alta credibilidad cumpliendo siempre con tiempos de entrega de documentos, paquetes, carga liviana y carga pesada.

MISIÓN

Somos una empresa especializada en logística y transporte, ayudando a nuestros clientes a alcanzar sus metas de negocio proveyéndoles servicios y soluciones innovadoras y de calidad. Buscamos ser el mejor proveedor de servicio logístico en el país, ofreciendo innovación y calidad en los mismos, a través del desarrollo humano y con tecnología de punta. Con humildad y coraje nos esforzamos al máximo por cubrir y exceder lo que el cliente requiere.

VISIÓN

Constituirnos como la empresa líder en el Ecuador en servicios de logística y transporte en un plazo de 8 años, ofreciendo a nuestros clientes un servicio de calidad, innovación y

rapidez, para ser reconocidos y posicionarnos en el mercado manteniendo siempre nuestros valores y apreciando a nuestros trabajadores y stakeholders.

UBICACIÓN

La empresa Rapid Service regional Cotopaxi se encuentra ubicada al norte del cantón Latacunga entre las calles Enríquez Vaca Galindo y González Suarez.

Organigrama funcional

Descripción de del puesto de trabajo y funciones del personal.

a) Gerente General

- Encargado de representar a la empresa legalmente.
- Toma de decisiones.
- Analizar y mejorar las políticas internas de la empresa.
- Controla metas y cumplimientos.

b) Gerente Regional

- Mantener un control de las encomiendas que entran y salen.
- Plantear estrategias que dinamicen las entregas.
- Minimizar los costos en la regional.
- Emitir informes de guías mensuales.
- Recibir encomiendas.

c) Courier 1

- Mantener el vehículo en óptimas condiciones.
- Conducir con responsabilidad.
- Respetar las rutas asignadas.
- Garantizar el perfecto estado de las encomiendas.

d) Courier 2

- Organizar las encomiendas por tamaño.
- Entregar las encomiendas prioritarias.
- Apoyo en la carga y descarga del camión.
- Mantener en orden la documentación pertinente.

e) Courier 3

- Transporte y entrega de encomiendas pequeñas y medianas.
- Informar a tiempo alguna novedad.
- Llevar documentación de respaldo de las entregas.
- Precautelar el buen estado de las encomiendas.

Políticas

Esas políticas fueron propuestas por el grupo de investigación en base al análisis realizado a la empresa y fueron analizadas y aprobadas por el gerente general y el gerente regional, las mismas que están encaminadas al cumplimiento de metas y el crecimiento empresarial.

- Contar con personal con experiencia en brindar servicios Courier.
- Cumplimiento de objetivos y metas en los tiempos establecidos.
- Todos los trabajadores deben utilizar el uniforme de trabajo correctamente.
- Todos los trabajadores deben contar con credenciales de identificación.
- Mantener una comunicación adecuada y oportuna.
- Mantener parámetros de respeto.
- Mantener óptimos los medios de transporte.
- Mantenimiento periódico al vehículo.
- Evaluación periódica del cumplimiento de metas.

- Capacitación periódica sobre buen trato al cliente.

Cientes

La empresa cuenta con un selecto número de clientes que confían en la labor desempeñada de la empresa para trasportar con seguridad y agilidad las encomiendas lo que permitirá expandir la cartera de clientes existente.

Tabla 4

Nómina de Clientes

• Agencia 10 De agosto	• Calzafer	• Espacri	• Jcev
• Agencia El Bosque	• Carrusel	• ESPE-L	• Jean Star
• Agencia Matriz	• Cecilia Jaramillo	• Espivent	• Joyería Vázquez
• Agencia Orellana	• Cega	• Famproject	• Juan Cantos
• Alcopesa	• Celyasa	• Farmacia Sana Sana	• Juan Carlos Abril
• Alcalisa	• Cepeda Hugo	• Farmacia El Salto	• Juan Carlos Marín
• Almacenes Chordeleg	• Cerámica Rialto	• Ferretería	• Julielquil
• Altior	• Cine Mark	• Fibracell	• Karnataka
• Amoroso	• Compufacil	• Fidesburo	• Kranec
• Andina Licores	• Construcciones Ulloa	• Formplastic	• La Europea
• Andrea Tello	• Construcciones Culqui	• Galaxi	• Licores
• Argudo Importadora	• Cooperativa Multiempresarial	• Galmack	• Main Excel
• As Producciones	• Cooperativa El Sagrario	• Garruchas Y Equipos	• Maltaría Plaza
• Assembly Motos	• Delbak	• Graficas Paola	• Mansuera
• Autelcom	• Dhl	• Grant Thorton	• Marcimex
• Autoexpress	• Dhl	• Grupo Grandes	• María Malo
• Autohyun	• Dinauta	• Gustavo Moscoso	• Mega Popular
• Aviles Travel	• Disvetel	• Home Vega	• Migam
• Banco Del Austro	• Doris Samaniego	• Hyunmotor	• Mirasol
• Banco Del Pichincha	• Easa	• Immevi	• Motoralmor
• Bicicletas Echeverría	• Ecompaque	• Incodisa	• Mp3
• Bodegas Perfumería	• Ecsyauto	• Indianegocios	• Multimotos Tiendas Auvi
• Bodegón	• Ecuamerican	• Indianmotos	• Nature Spirits
• Bypsa	• Ecuapayphone	• Induacero	• Neo-auto
• Cacpeco	• Editora Corpachi	• Ingrid Torres	• Noguera Catalina
	• Eduardo Vega	• Instituto Ecuatoriano De Seguridad Social	• Novacero
	• El Pinar	• Ital pisos	• Office
	• Electrodomésticos	• J & E Marketing	• Proalmex
	• Encycla		• Pro-auto
			• Quito Motors

- | | | | |
|------------------|----------------|----------------|---------------|
| • Rap Car | • Sport Bar | • Tecnocyclo | • Vintipartes |
| • Record Dental | • Guayaquil | • Tedasa | • Yamaha |
| • Rootours | • Sport Planet | • Tolteka | • soluciones |
| • Rubén Barragán | • Cuenca | • Top Logistic | • Papelería |
| • Señal X | • Sport Planet | • Toro Loco | • Monsalve |
| • Servidistrisa | • Quito | • Toyo Cuenca | • Pegacer |
| • Socelec | • Taberna | • Tramontina | • Perfumería |
| • Sodetur | • Tarpuq | • Upfront | • Oficinas |
| | • Tecniprint | • Vazseguros | |

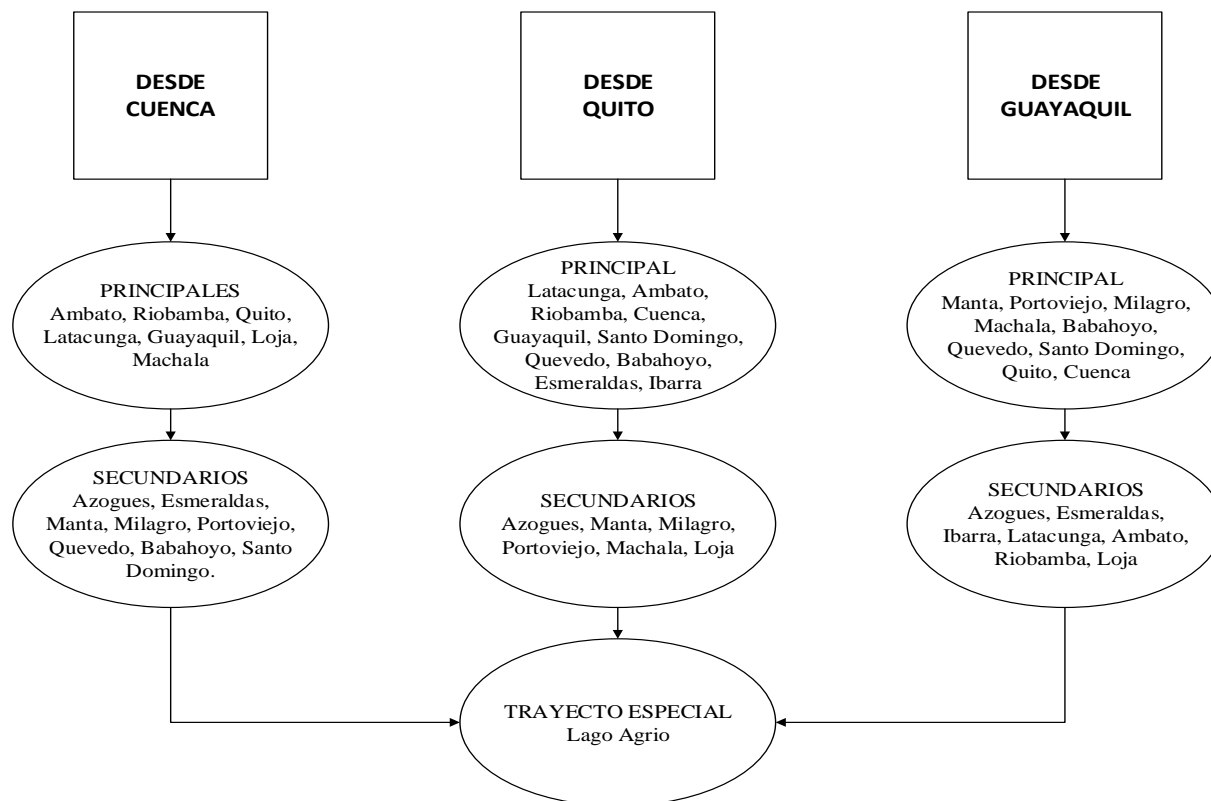
Elaborado por: Grupo de investigación
Fuente: Rapid Service

Proveedores

Al ser una empresa a nivel nacional los proveedores son las distintas ciudades del país categorizadas como ciudades principales, ciudades secundarias y trayectos especiales las que se detallan a continuación:

Figura 8

Proveedores Regionales



Recuperado de: Rapid Service Ltda.

Competencia

La competencia a nivel provincial es muy alta, por tanto, la empresa está en la constante innovación y mejora de servicios con el fin de fidelizar a los clientes y captar nuevos, los proveedores más destacados son:

Tabla 5
Principales competidores

AGENCIAS DE COURIER	
1	Servientrega
2	Send Courier
3	Transporte Cotopaxi
4	Transporte Latacunga
5	Urbano Express
6	DHL Express
7	Tramaco Express

Elaborado por: Grupo de investigación

Cadena de valor

Objetivo

El presente manual tiene como objetivo proporcionar a la empresa una guía para el desarrollo de las actividades de manera correcta y eficiente que le permita crecer a la empresa.

Alcance

El presente manual de procesos está formado por todas las actividades de recepción, administración, distribución, entrega y devolución de toda la paquetería que ingresa a la empresa Rapid Service para ser entregada a sus destinatarios y está dirigido a todos quienes conforman la empresa.

Glosario de términos

- a) **Falencias.** - Error que se comete al asegurar o negar cierta cosa.

- b) **Relevancia.** - Importancia o significación que destaca algo.
- c) **Concepción.** - Idea, opinión o manera de entender cierta cosa.
- d) **Estrategia.** - Arte de proyectar o dirigir las operaciones ya sean militares o administrativas.
- e) **Liderazgo.** - Condición de líder, siendo la persona en cabeza y dirige un grupo o movimiento social, político, religioso etc.
- f) **Innovación.** - Cambio que se introduce en algo y que supone una novedad.
- g) **Rediseño.** - Actividad creativa que tiene como fin proyectar objetos.
- h) **Idóneo.** - Que reúne las condiciones necesarias u óptimas para una función o un fin determinado.
- i) **Genérico.** - Que tiene la misma composición o fórmula.

Mapa de procesos

Es el conjunto de actividades y recursos interrelacionados que transforman elementos de entrada en elementos de salida aportando valor añadido para el cliente o usuario, este puede incluir: personal, finanzas, instalaciones, equipos técnicos, métodos, entre otros.

Procesos gerenciales

Incluyen procesos relativos al establecimiento de políticas, fijación de objetivos, asegurar la disponibilidad de los recursos.

Procesos operativos

Incluyen todos los procesos que proporcionan el resultado para cumplir con el objetivo de la empresa.

Procesos de apoyo

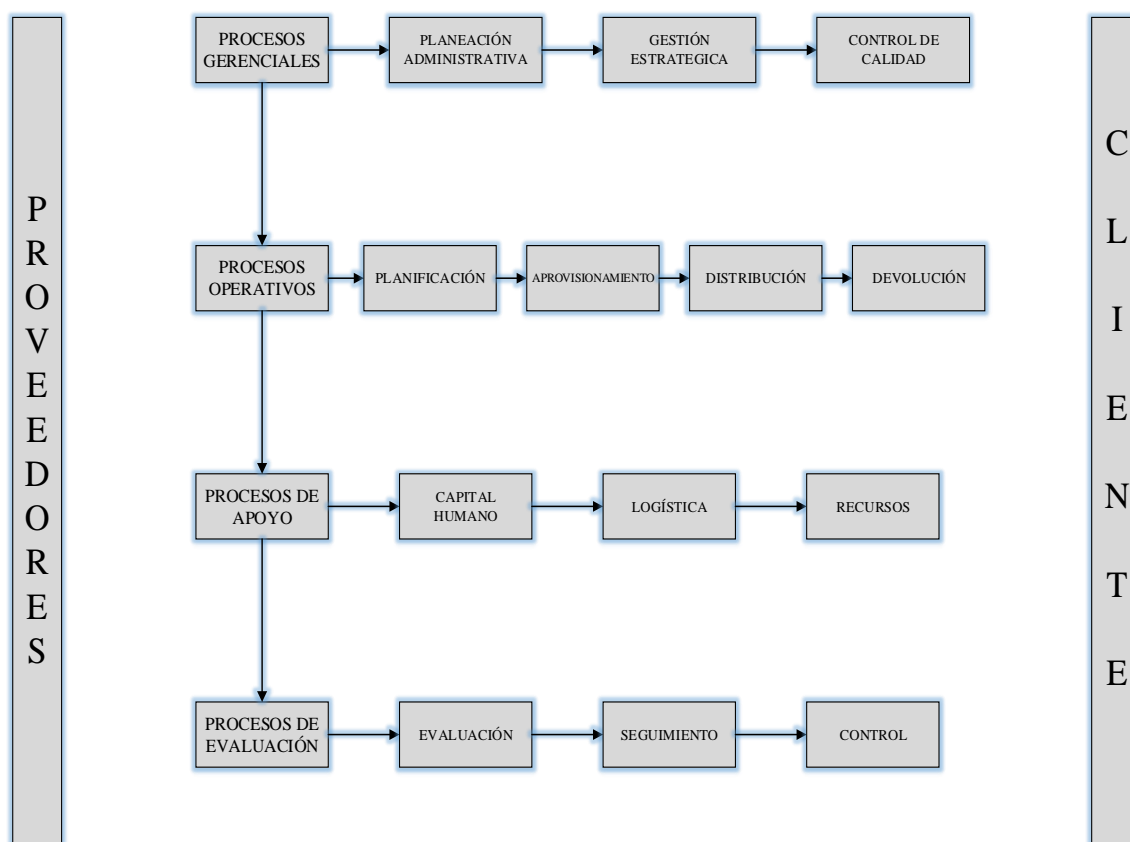
Son aquellos que se utilizan para medir y hacer un análisis del desempeño de los demás procesos, con el objetivo de analizar la mejora de la eficiencia de los mismos.

Procesos de evaluación

Son aquellos que se utilizan para medir el desempeño y rendimiento de cada proceso con el objetivo de realizar las correcciones respectivas para mejorar su eficiencia

Figura 9

Mapa de procesos

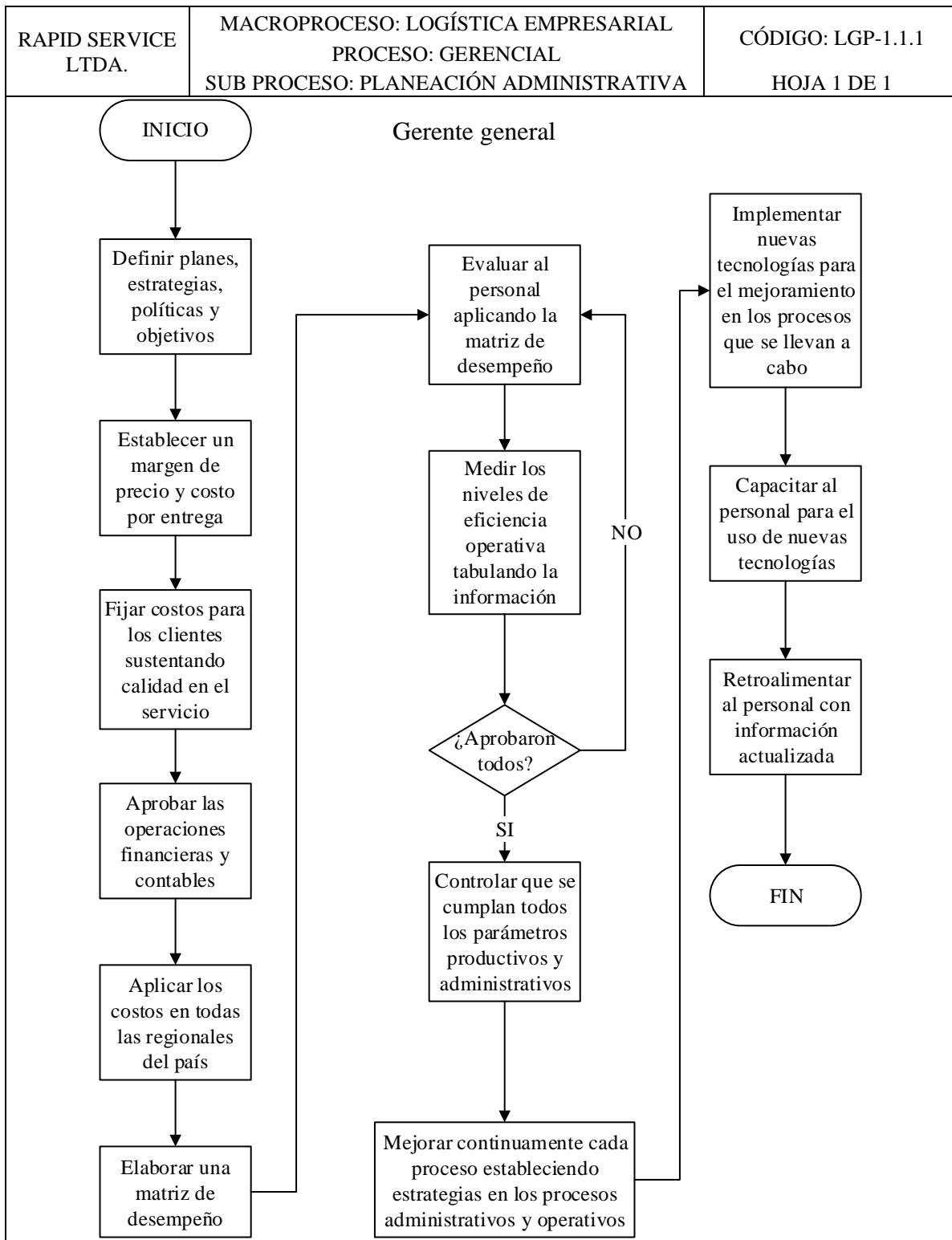


Elaborado por: Grupo de investigación

Identificación de procesos

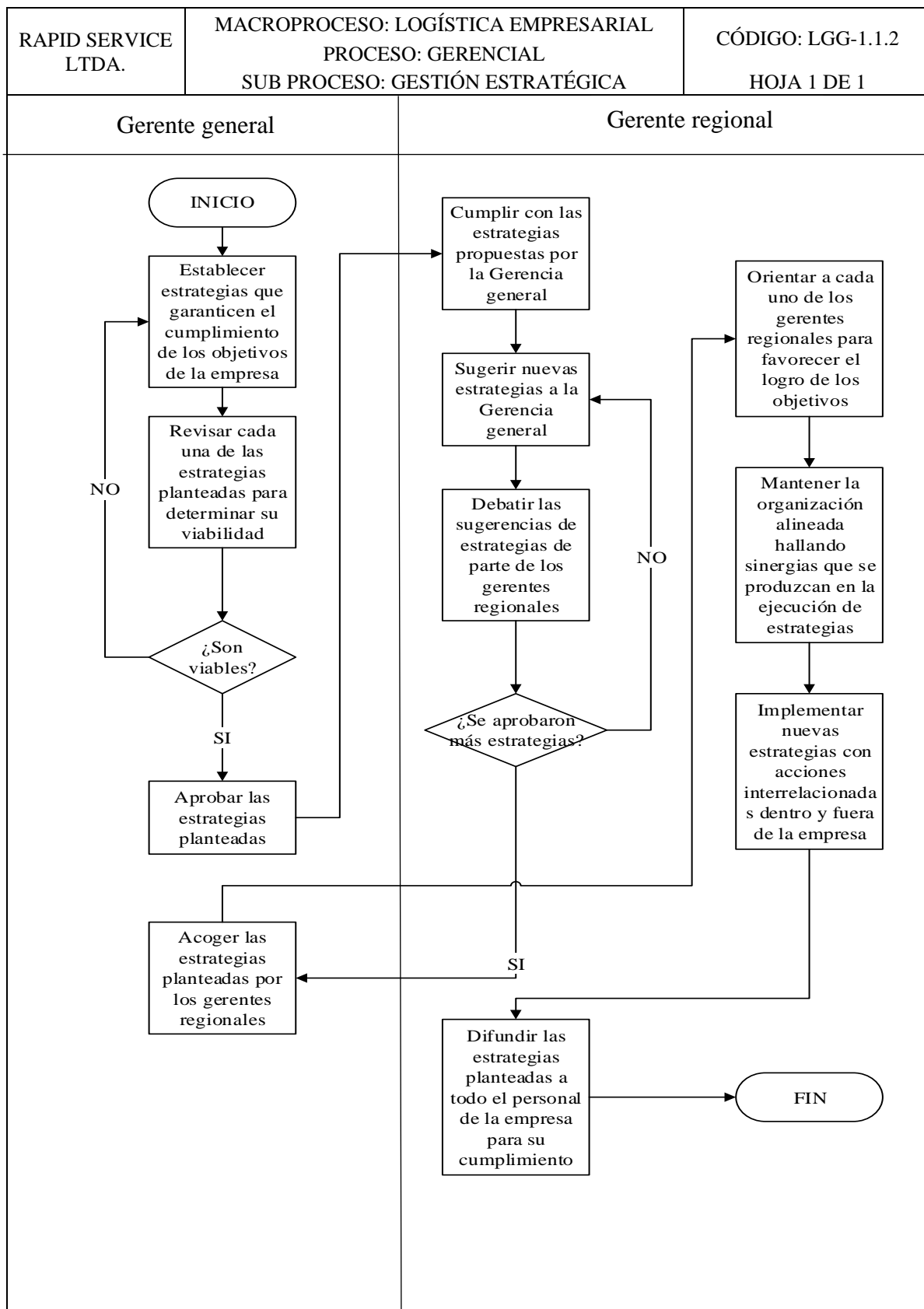
RAPIDE SERVICE LTDA.		
Proceso:	GERENCIAL	COD: LGP-1.1.1
Sub proceso:	Planeación Administrativa	
Objetivo:	Mejorar la capacidad administrativa estableciendo actividades y procedimientos que desarrollen adecuadamente los objetivos establecidos que logran la mejora continua de la empresa.	

Descripción de actividades			
Paso	Responsable	Actividades	Recomendaciones
1	Gerente general	Definir planes, estrategias, políticas y objetivos.	
2	Gerente general	Establecer un margen de precio y costo por entrega.	
3	Gerente general	Fijar costos para los clientes sustentando calidad en el servicio.	
4	Gerente general	Aprobar las operaciones financieras y contables.	
5	Gerente general	Aplicar los costos en todas las regionales del país.	
6	Gerente general	Elaborar una matriz de desempeño.	
7	Gerente general	Evaluar al personal aplicando la matriz de desempeño.	
8	Gerente general	Medir los niveles de eficiencia operativa tabulando la información.	
9	Gerente general	Controlar que se cumplan todos los parámetros productivos y administrativos.	
10	Gerente general	Mejorar continuamente cada proceso estableciendo estrategias en los procesos administrativos y operativos.	
11	Gerente general	Implementar nuevas tecnologías para el mejoramiento en los procesos que se llevan a cabo.	
12	Gerente general	Capacitar al personal para el uso de nuevas tecnologías.	
13	Gerente general	Retroalimentar al personal con información actualizada.	



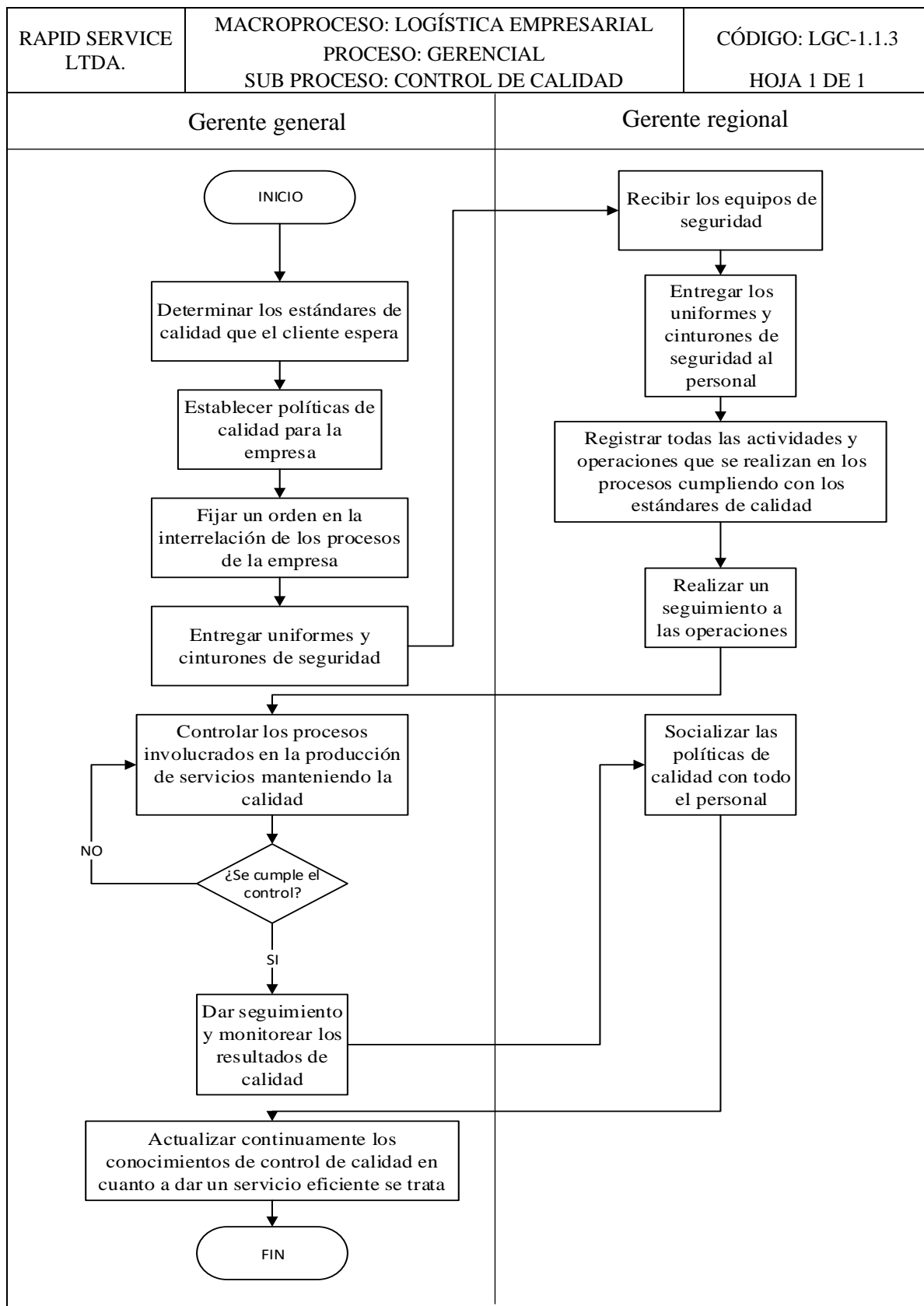
RAPID SERVICE LTDA.		
Proceso:	GERENCIAL	COD: LGG-1.1.2
Sub proceso:	Gestión Estratégica	
Objetivo:	Desarrollar estrategias que permitan lograr el cumplimiento de los objetivos planteados a corto, mediano y largo plazo de acuerdo a la misión de la empresa.	

Descripción de actividades			
N°	Responsable	Actividades	Recomendaciones
1	Gerente general	Establecer estrategias que garanticen el cumplimiento de los objetivos de la empresa.	
2	Gerente general	Revisar cada una de las estrategias planteadas para determinar su viabilidad.	
3	Gerente general	Aprobar las estrategias planteadas.	
4	Gerente regional	Cumplir con las estrategias propuestas por la Gerencia general.	
5	Gerente regional	Sugerir nuevas estrategias a la gerencia general.	
6	Gerente regional	Debatir las sugerencias de estrategias de parte de los gerentes regionales.	
7	Gerente general	Acoger las estrategias planteadas por los gerentes regionales.	
8	Gerente general	Orientar a cada uno de los gerentes regionales para favorecer el logro de los objetivos.	
9	Gerente general	Mantener la organización alineada hallando sinergias que se produzcan en la ejecución de estrategias.	
10	Gerente general	Implementar nuevas estrategias con acciones interrelacionadas dentro y fuera de la empresa.	
11	Gerente regional	Difundir las estrategias planteadas a todo el personal de la empresa para su cumplimiento.	



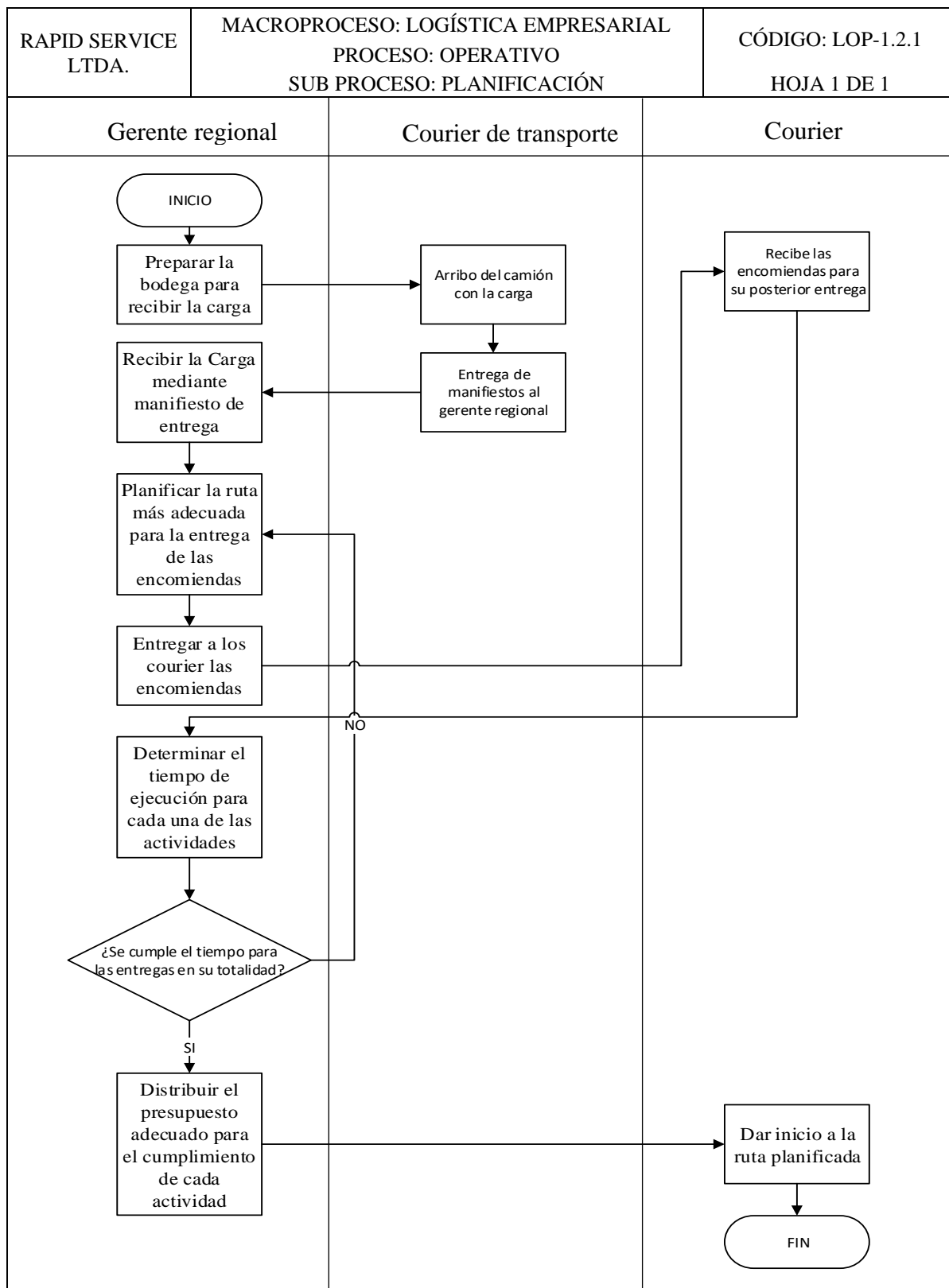
RAPID SERVICE LTDA.		
Proceso:	GERENCIAL	COD: LGC-1.1.3
Sub proceso:	Control de Calidad	
Objetivo:	Asegurar el mejoramiento continuo de los procesos que se llevan a cabo dentro la empresa mediante programas, herramientas y técnicas.	

Descripción de actividades			
N°	Responsable	Actividades	Recomendaciones
1	Gerente general	Determinar los estándares de calidad que el cliente espera.	
2	Gerente general	Establecer políticas de calidad para la empresa.	
3	Gerente general	Fijar un orden en la interrelación de los procesos de la empresa.	
4	Gerente general	Entregar los recursos necesarios para el aseguramiento de la calidad.	
5	Gerente regional	Recibir los recursos para el aseguramiento de la calidad.	
6	Gerente regional	Repartir los recursos al personal.	
7	Gerente regional	Registrar todas las actividades y operaciones que se realizan en los procesos cumpliendo con los estándares de calidad.	
8	Gerente regional	Realizar un seguimiento a las operaciones.	
9	Gerente general	Controlar los procesos involucrados en la producción de servicios manteniendo la calidad.	
10	Gerente general	Dar seguimiento y monitorear los resultados de calidad.	
11	Gerente regional	Socializar las políticas de calidad con todo el personal.	
12	Gerente general	Actualizar continuamente los conocimientos de control de calidad en cuanto a dar un servicio eficiente se trata.	



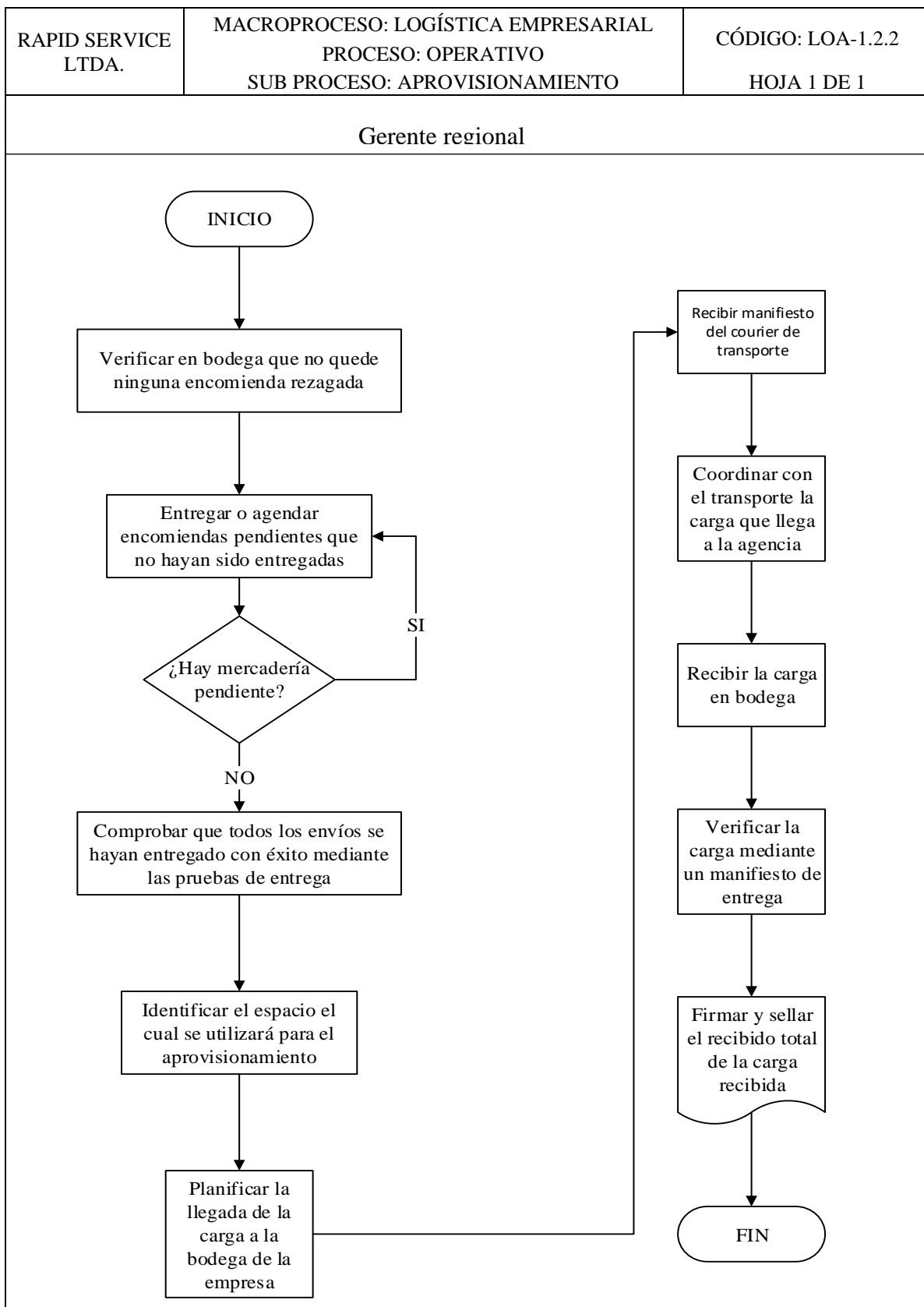
RAPID SERVICE LTDA.		
Proceso:	OPERATIVO	COD: LOP-1.2.1
Sub proceso:	Planificación	
Objetivo:	Determinar adecuadamente los procedimientos que cumple la empresa de forma eficaz y eficiente.	

Descripción de actividades			
N°	Responsable	Actividades	Recomendaciones
1	Gerente regional	Preparar la bodega para recibir la carga.	
2	Courier de transporte	Arribo del camión con la carga.	
3	Courier de transporte	Entrega de manifiestos al gerente regional.	
4	Gerente regional	Recibir la carga mediante manifiestos.	
5	Gerente regional	Planificar la ruta más adecuada para la entrega de las encomiendas.	
6	Gerente regional	Entregar al courier las encomiendas.	
7	Courier	Recibe las encomiendas para su posterior entrega.	
8	Gerente regional	Determinar el tiempo de ejecución para cada una de las actividades.	
9	Gerente regional	Distribuir el presupuesto adecuado para el cumplimiento de cada actividad.	
10	Courier	Dar inicio a la ruta planificada.	



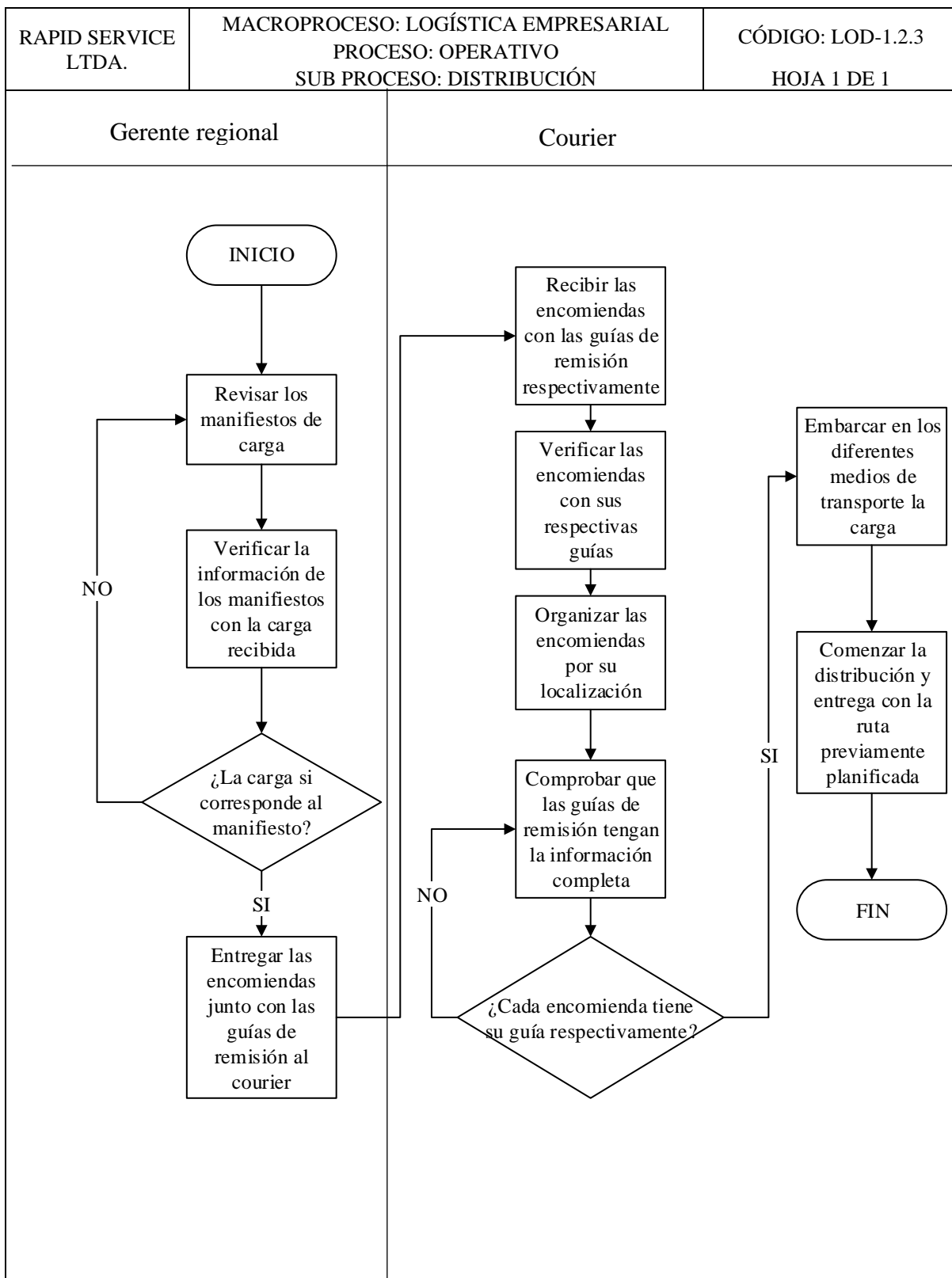
RAPID SERVICE LTDA.		
Proceso:	OPERATIVO	COD: LOA-1.2.2
Sub proceso:	Aprovisionamiento	
Objetivo:	Suministrar de manera eficiente a cada regional los materiales necesarios para el cumplimiento de cada actividad.	

Descripción de actividades			
N°	Responsable	Actividades	Recomendaciones
1	Gerente regional	Verificar en bodega que no quede ninguna encomienda rezagada.	
2	Gerente regional	Entregar o agendar encomiendas pendientes que no hayan sido entregadas.	
3	Gerente regional	Comprobar que todos los envíos se hayan entregado con éxito mediante las pruebas de entrega.	
4	Gerente regional	Identificar el espacio el cual se utilizará para el aprovisionamiento.	
5	Gerente regional	Planificar la llegada de la carga a la bodega de la empresa.	
6	Gerente regional	Recibir manifiesto del courier de transporte	
7	Gerente regional	Coordinar con el transporte la carga que llega a la agencia.	
8	Gerente regional	Recibir la carga en bodega.	
9	Gerente regional	Verificar la carga mediante un manifiesto de entrega.	
10	Gerente regional	Firmar y sellar el recibido total de la carga recibida.	



RAPID SERVICE LTDA.		
Proceso:	OPERATIVO	COD: LOD-1.2.3
Sub proceso:	Distribución	
Objetivo:	Entregar la carga a cada cliente en el momento preciso y al menor costo operativo.	

Descripción de actividades			
N°	Responsable	Actividades	Recomendaciones
1	Gerente regional	Revisar los manifiestos de carga.	
2	Gerente regional	Verificar la información de los manifiestos con la carga recibida.	
3	Gerente regional	Entregar las encomiendas junto con las guías de remisión al courier.	
4	Courier	Verificar las encomiendas con sus respectivas guías	
5	Courier	Clasificación de la carga en: liviana y pesada.	
6	Courier	Organizar las encomiendas por su localización.	
7	Courier	Comprobar que las guías de remisión tengan la información completa.	
8	Courier	Embarcar en los diferentes medios de transporte la carga.	
9	Courier	Comenzar la distribución y entrega con la ruta previamente planificada.	

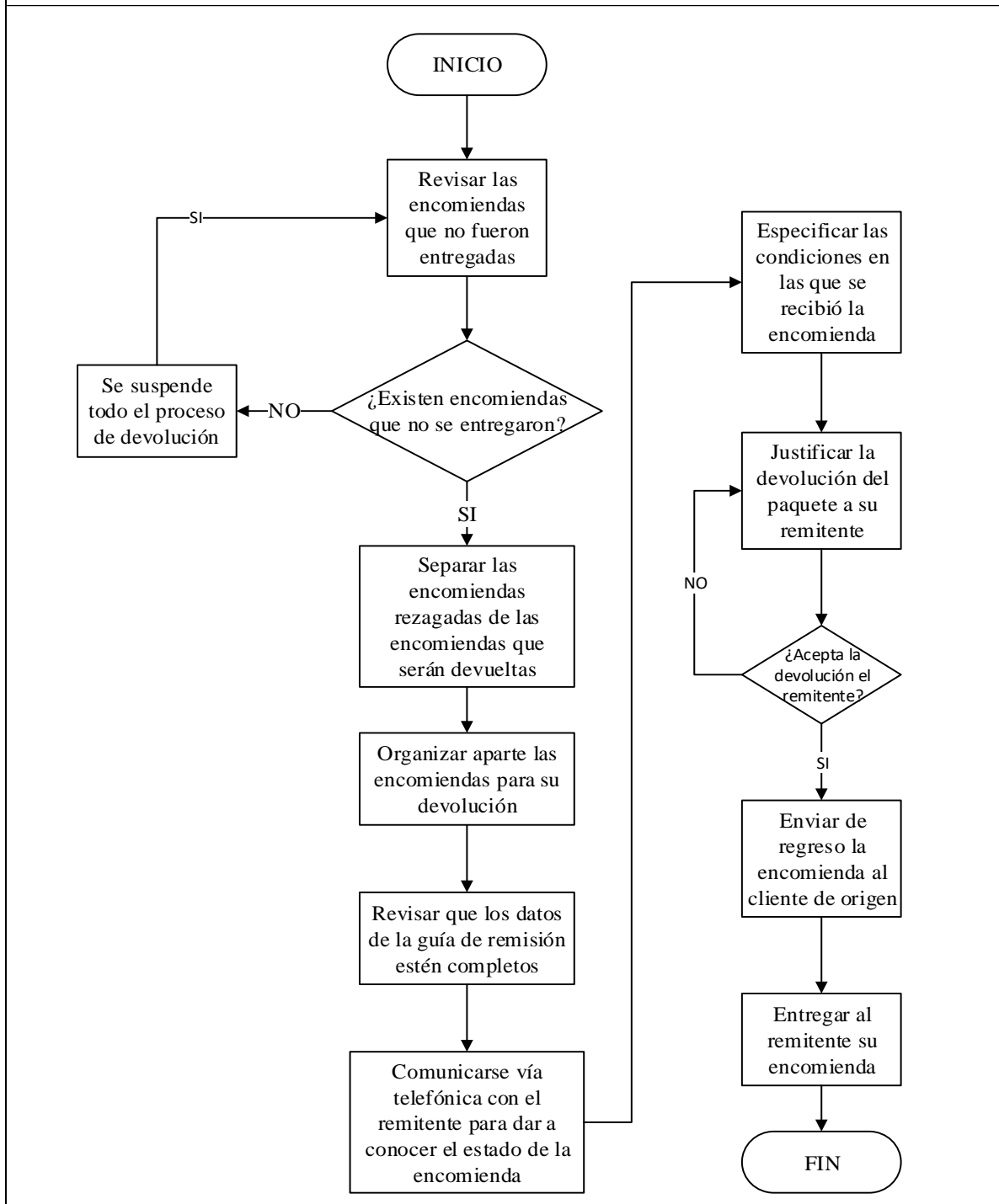


RAPID SERVICE LTDA.		
Proceso:	OPERATIVO	COD: LOD-1.2.4
Sub proceso:	Devolución	
Objetivo:	Devolver el paquete enviado a su remitente en las mismas condiciones que las envió justificando su devolución.	

Descripción de actividades			
N°	Responsable	Actividades	Recomendaciones
1	Courier	Revisar las encomiendas que no fueron entregadas.	
2	Courier	Separar las encomiendas rezagadas de las encomiendas que serán devueltas.	
3	Courier	Organizar a parte las encomiendas para su devolución.	
4	Courier	Revisar que los datos de la guía de remisión estén completos.	
5	Courier	Comunicarse vía telefónica con el remitente para dar a conocer el estado de la encomienda.	
6	Courier	Especificar las condiciones en las que se recibió la encomienda.	
7	Courier	Justificar la devolución del paquete a su remitente.	
8	Courier	Enviar de regreso la encomienda al cliente de origen.	
9	Courier	Entregar al remitente su encomienda.	

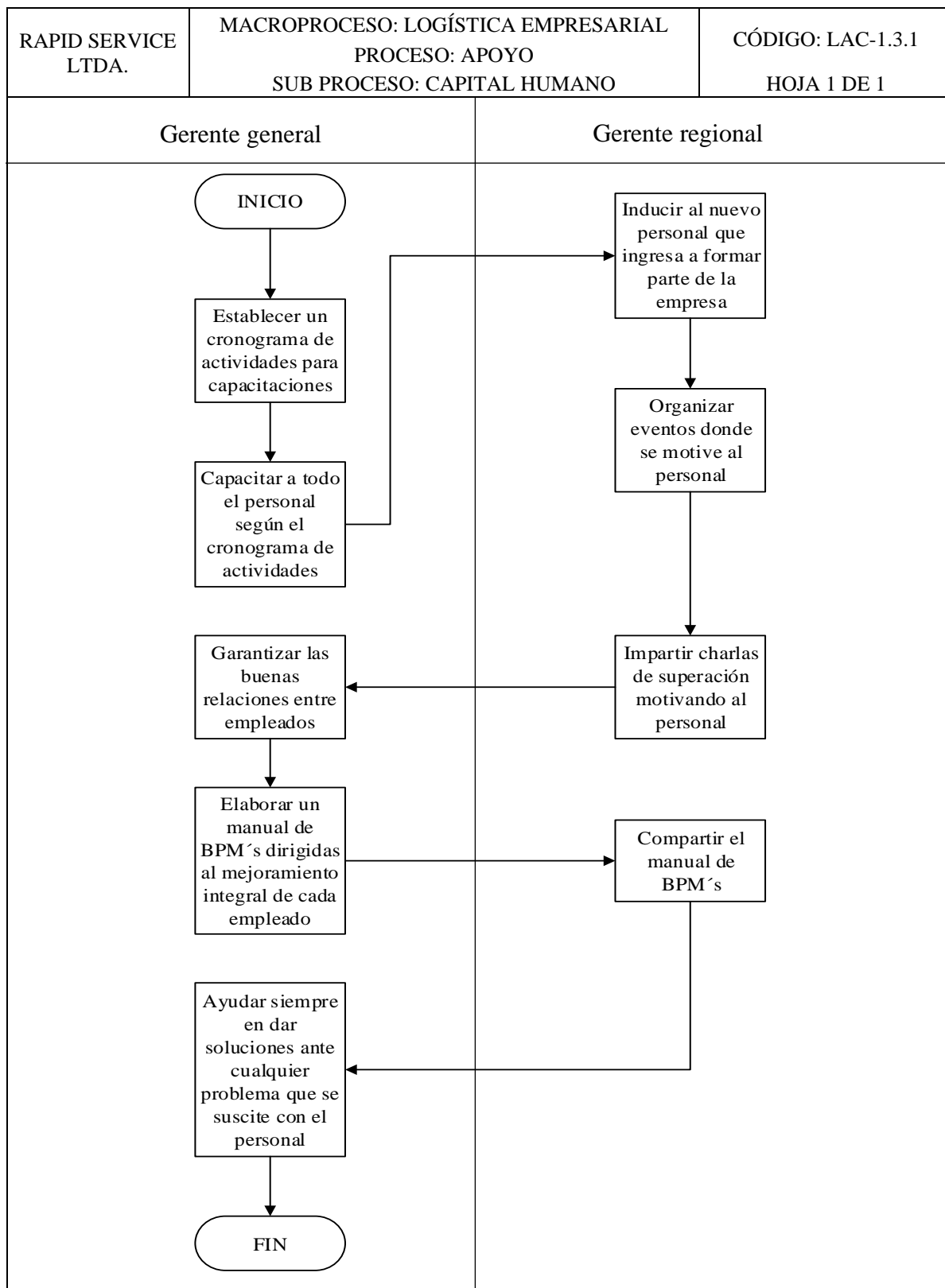
<p>RAPID SERVICE LTDA.</p>	<p>MACROPROCESO: LOGÍSTICA EMPRESARIAL PROCESO: OPERATIVO SUB PROCESO: DEVOLUCIÓN</p>	<p>CÓDIGO: LOD-1.2.4 HOJA 1 DE 1</p>
----------------------------	---	---

Courier



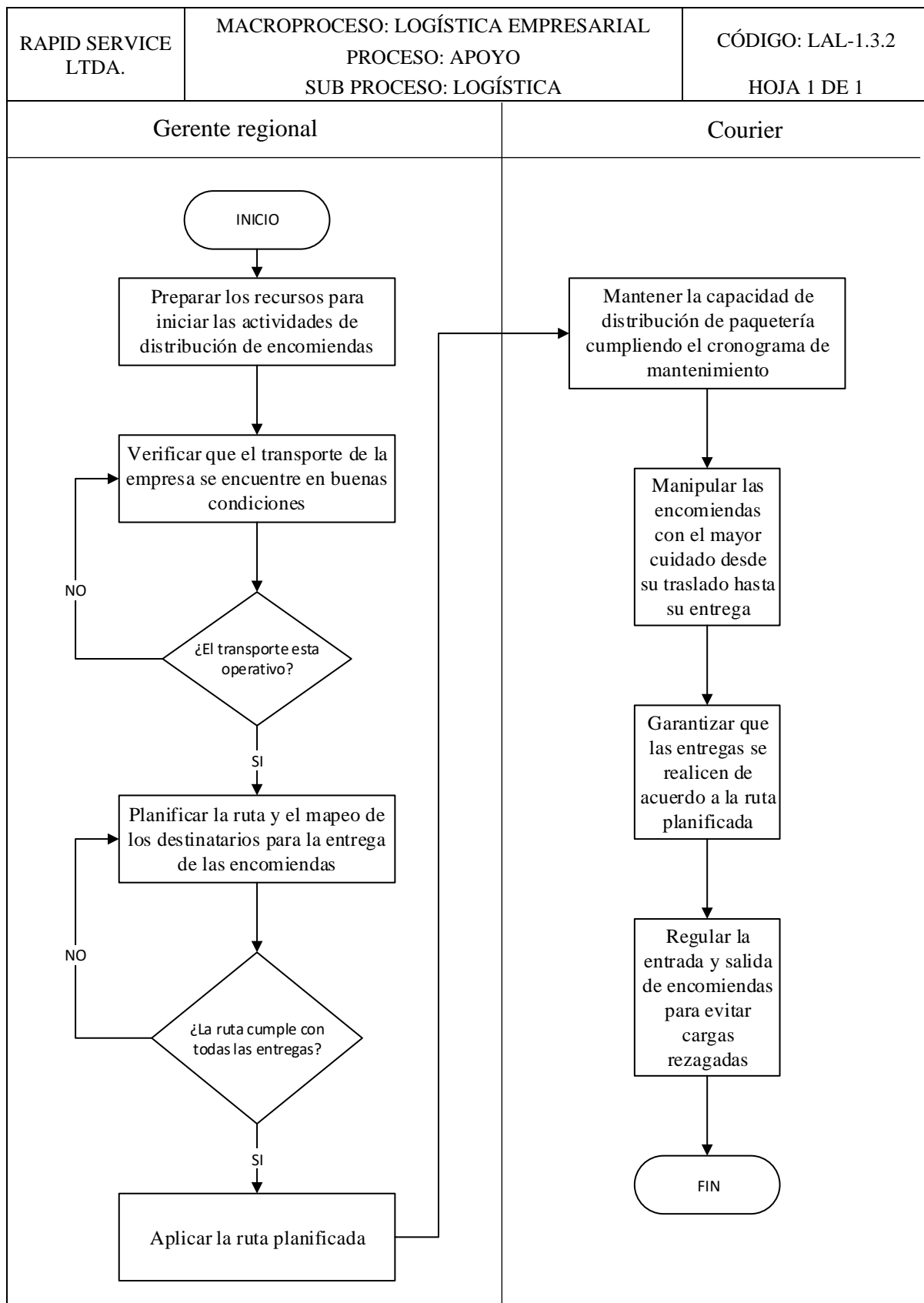
RAPID SERVICE LTDA.		
Proceso:	APOYO	COD: LAC-1.3.1
Sub proceso:	Capital Humano	
Objetivo:	Apoyar al personal laboral para asegurar su máximo desempeño.	

Descripción de actividades			
N°	Responsable	Actividades	Recomendaciones
1	Gerente general	Establecer un cronograma de actividades para capacitaciones.	
2	Gerente general	Capacitar a todo el personal según el cronograma de actividades.	
3	Gerente regional	Inducir al nuevo personal que ingresa a formar parte de la empresa.	
4	Gerente regional	Organizar eventos donde se motive al personal.	
5	Gerente regional	Impartir charlas de superación motivando al personal.	
6	Gerente general	Garantizar las buenas relaciones entre empleados.	
7	Gerente general	Elaborar un manual de BPM's dirigidas al mejoramiento integral de cada empleado.	
8	Gerente regional	Compartir con el personal el manual de BPM's.	
9	Gerente general	Ayudar siempre en dar soluciones ante cualquier problema que se suscite con el personal.	



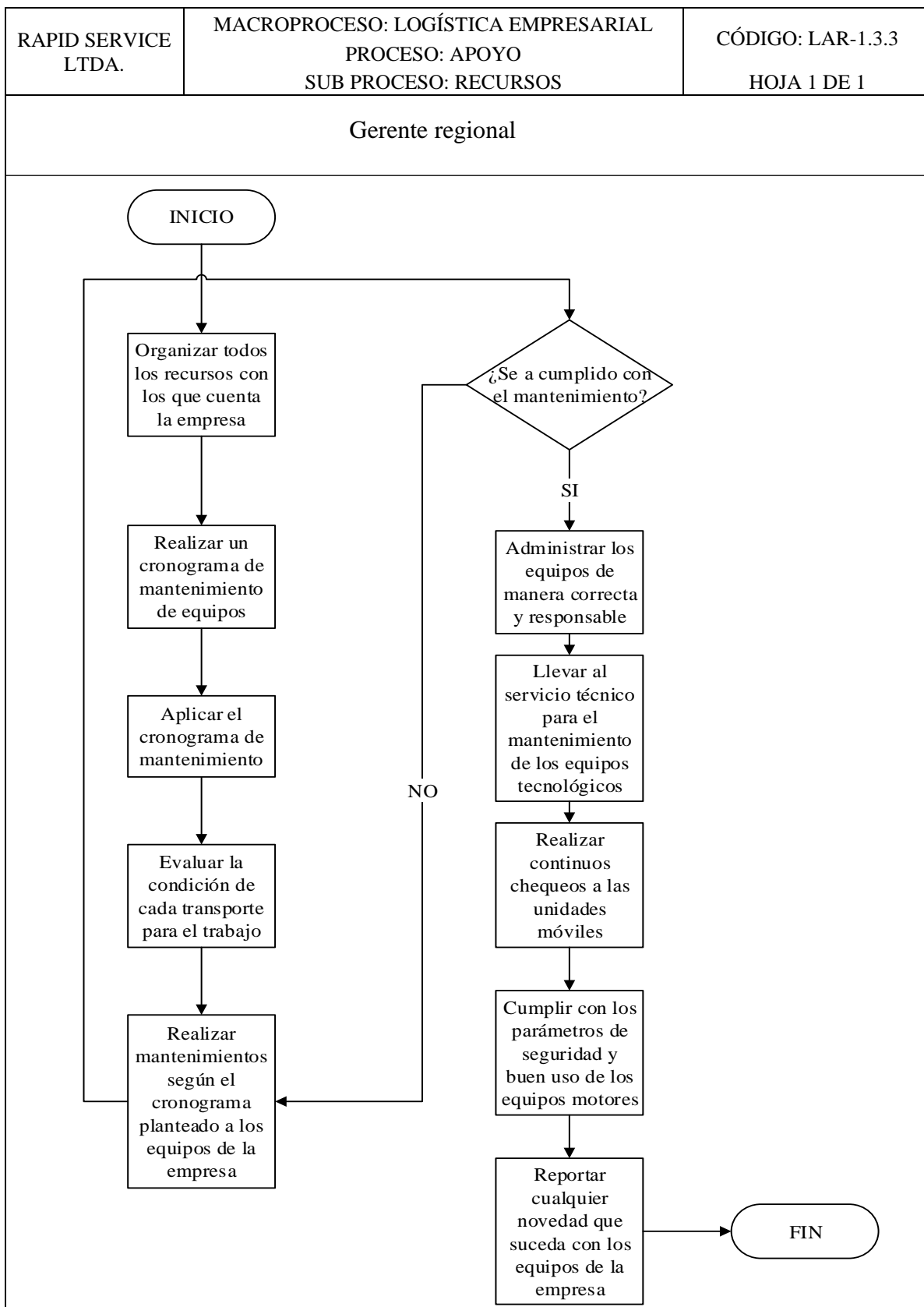
RAPID SERVICE LTDA.		
Proceso:	APOYO	COD: LAL-1.3.2
Sub proceso:	Logística	
Objetivo:	Entregar las encomiendas que se reciben a diario a sus destinatarios optimizando tiempo, recursos y capital humano en el menor tiempo.	

Descripción de actividades			
N°	Responsable	Actividades	Recomendaciones
1	Gerente regional	Preparar los recursos para iniciar las actividades de distribución de encomiendas.	
2	Gerente regional	Verificar que el transporte de la empresa se encuentre en buenas condiciones.	
3	Gerente regional	Planificar la ruta y el mapeo de los destinatarios para la entrega de las encomiendas.	
4	Gerente regional	Aplicar la ruta planificada.	
5	Gerente regional	Mantener la capacidad de distribución de paquetería cumpliendo el cronograma de mantenimiento.	
6	Courier	Manipular las encomiendas con el mayor cuidado desde su traslado hasta su entrega.	
7	Courier	Garantizar que las entregas se realicen de acuerdo a la ruta planificada.	
8	Courier	Regular la entrada y salida de encomiendas para evitar cargas rezagadas.	



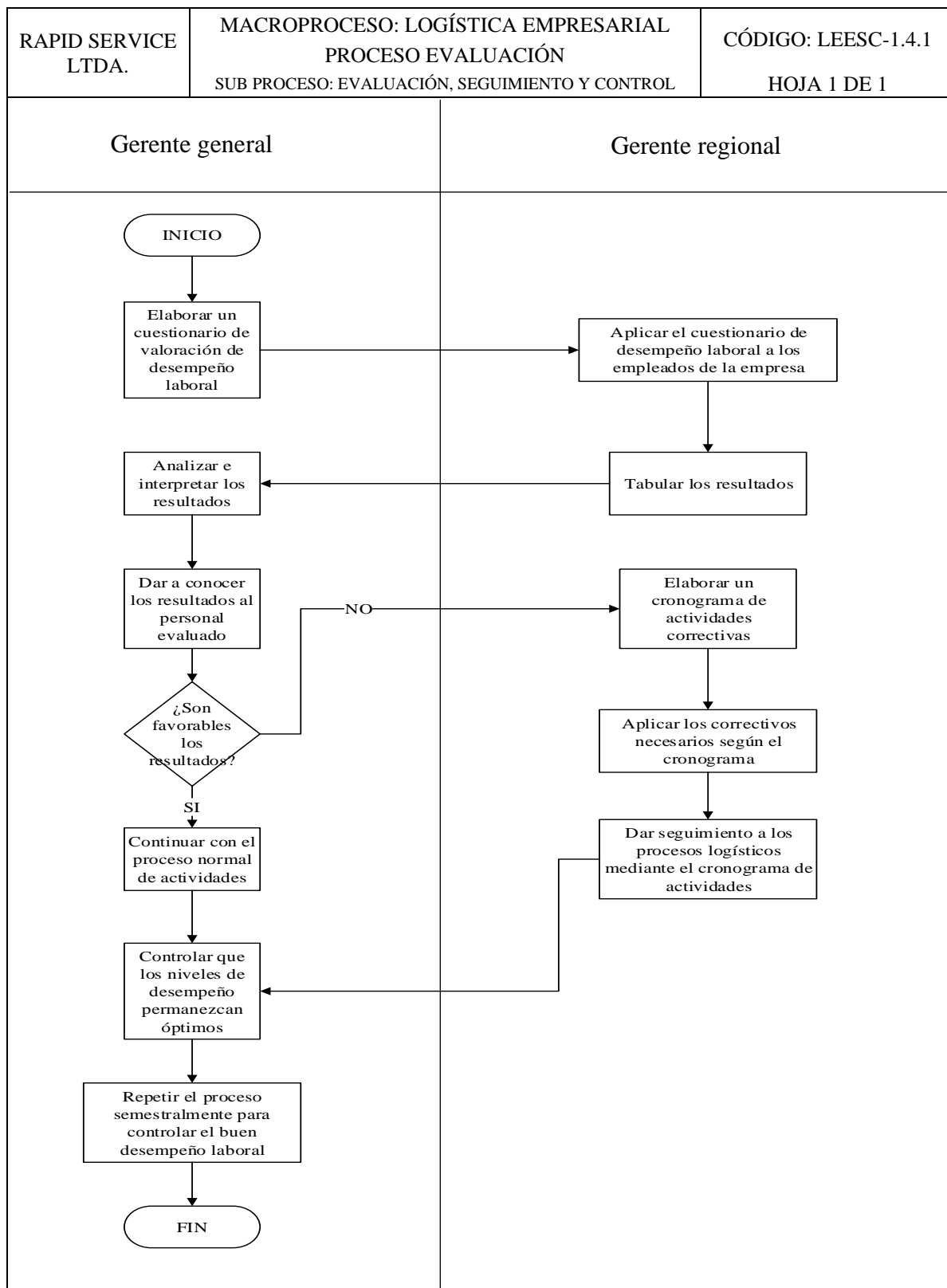
RAPID SERVICE LTDA.		
Proceso:	APOYO	COD: LAR-1.3.3
Sub proceso:	Recursos	
Objetivo:	Contribuir con la correcta administración de los recursos que dispone la empresa para el desarrollo de sus actividades.	

Descripción de actividades			
N°	Responsable	Actividades	Recomendaciones
1	Gerente regional	Organizar todos los recursos con los que cuenta la empresa.	
2	Gerente regional	Realizar un cronograma de mantenimiento de equipos.	
3	Gerente regional	Evaluar la condición de cada transporte para el trabajo.	
4	Gerente regional	Realizar mantenimientos según el cronograma planteado a los equipos de la empresa.	
5	Gerente regional	Administrar los equipos de manera correcta y responsable.	
6	Gerente regional	Llevar al servicio técnico para el mantenimiento de los equipos tecnológicos.	
7	Gerente regional	Realizar continuos chequeos a las unidades móviles.	
8	Gerente regional	Cumplir con los parámetros de seguridad y buen uso de los equipos motores.	
9	Gerente regional	Reportar cualquier novedad que suceda con los equipos de la empresa.	



RAPID SERVICE LTDA.		
Proceso:	EVALUACIÓN	COD: LEESC1.4.1
Sub proceso:	Evaluación, Seguimiento y control	
Objetivo:	Comprobar el desempeño de cada área, así como el desarrollo de cada actividad.	
Responsable:	Gerente regional	

1	Gerente general	Elaborar un cuestionario de valoración de desempeño laboral.	
2	Gerente regional	Aplicar el cuestionario de desempeño laboral a los empleados de la empresa.	
3	Gerente regional	Tabular los resultados.	
4	Gerente general	Analizar e interpretar los resultados.	
5	Gerente general	Dar a conocer los resultados al personal evaluado.	
6	Gerente regional	Elaborar un cronograma de actividades correctivas.	
7	Gerente regional	Aplicar los correctivos necesarios según el cronograma.	
8	Gerente regional	Dar seguimiento a los procesos logísticos mediante el cronograma de actividades.	
9	Gerente regional	Controlar que se cumplan todos los procesos logísticos sin reincidir en errores ya corregidos.	
10	Gerente general	Repetir el proceso semestralmente.	



9.1.2 Modelo Scor (Supply Chain Operations Reference)

Tabla 6

Proceso SCOR

PROCESOS DE SCOR	DEFINICIÓN DENTRO DEL PROCESO DE RAPID SERVICE
PLAN	Planeación de sub proceso dentro del proceso de distribución de la Empresa Rapid Service, que permita optimizar las actividades de entrega para lograr obtener los requerimientos logísticos como abastecimiento, entrega y devoluciones y así lograr los objetivos esperados dentro de la cadena de suministros.
SOURCE	Todo sub proceso involucrado en el proceso de distribución de la Empresa Rapid Service, que tenga relación con la orden de entrega, recepción y transferencia de encomiendas para cumplir con la demanda requerida.
DELIVER	Todo tipo de sub proceso involucrado en el proceso de distribución de la Empresa Rapid Service, en las cuales se distribuya las encomiendas a su destino, cumpliendo con órdenes de entrega, el manejo de distribución y el transporte.
RETOURN	Todo tipo de sub proceso involucrado en el proceso de distribución de la Empresa Rapid Service, que se relacione con la devolución de encomiendas por cualquier motivo y genere un reproceso dentro de la cadena de suministros.

Elaborado por: grupo de investigación

SCORDCARD DE LA DISTRIBUCIÓN DE ENCOMIENDAS DE LA EMPRESA RAPID SERVICE LTDA.

Tabla 7
SCORD CARD

X						
Atributos	Métrica Nivel 1	Tiempo	Actual	Modelo scor Aplicado	Brecha	Oportunidad
Confiabilidad de la cadena de suministros (Despacho)	Cumplimiento Perfecto de Ordenes		84%	96%	12%	\$ 457/2500
	% de Ordenes entregadas completas		90%	100%	10%	
	Documentación		100%	100%	0%	
	Condición Perfecta		95%	95%	0%	
Flexibilidad en la cadena de suministros	Tiempo promedio de los procesos de recepción de paquetes.	Horas	5	5	0	Disminuir el tiempo de almacenaje y entrega
	Tiempo promedio de los procesos de Almacenamiento.	Minutos	30	20	10	
	Tiempo promedio del proceso de entrega (horas)	Horas	6	4	2	
	Tiempo promedio del proceso de rotación en Bodega (horas)	Horas	6:30	4:20	2:10	
Costos de la cadena de suministros	Costo de mantener la cadena de suministros regional Latacunga		890	830	60,0	\$ 60,00
	Costo de planificación de rutas		600	600	0	
	Costo de transporte (648,6 km recorridos mensualmente)	Km	60	30	30	
	Costo de Flete		30	0	30	
	Costo de entregar		200	200	0	

ANÁLISIS NUMÉRICO DEL SCORCARD

El Scocard producido para esta investigación ha sido elaborado en base a los datos entregados por RAPID SERVICE LTDA. y se analizará ítem por ítem, cada aclaración u análisis de cada uno de las categorías que lo componen:

CONFIABILIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTROS

Cumplimiento perfecto de órdenes: Se tiene una métrica del 84% debido a que todas las encomiendas con diferentes destinos de la ciudad no se entregan, ya que de una totalidad de 25 envíos son cumplidos a la perfección 21. Se pone de meta un 96% debido a que esto representaría

que de cada 25 envíos 24 serán cumplidos de manera perfecta esto con el objetivo de fidelizar e incrementar la cartera de clientes.

% de Órdenes entregadas completas: En esta parte se evalúa las órdenes que son entregadas completas, existen encomiendas que no son entregadas en la fecha en la que necesitan, pero sucede que se entrega el pedido, pero no completo porque no se contabilizó bien todos los envíos. Esto es muy importante ya que si se entrega la encomienda a su destino esta debe llegar completa sin ningún faltante, al entregar las encomiendas con faltantes esto genera un reproceso lo que aumenta los costos de transporte, pérdida de tiempo y una deficiencia logística en la cadena de suministros de la Empresa Rapid Service.

Documentación: Se considera que la documentación requerida para la entrega de encomiendas es de vital importancia por eso se ha puesto mucho énfasis en cumplir en su totalidad la documentación que se recibe para cada entrega por eso tiene un cumplimiento del 100%.

Condición perfecta: Esta métrica representa la calidad y las condiciones en las cuales las encomiendas llegan al punto de aprovisionamiento, en este caso a la bodega de la Empresa, hay ocasiones en las que las encomiendas no llegan en perfecto estado a consecuencia de su traslado ya que se pueden estropear, romper o perder su forma original de empaque, se deja en el mismo porcentaje ya que es una media en la cual la carga puede llegar en malas condiciones.

Oportunidad de confiabilidad: Se toma la venta por encomiendas no entregadas y que pueden aprovechar otras empresas para su entrega, el resultado de esta estimación es de 457 dólares de un total de 2500 dólares que se cumple mensualmente, este aumento se vería reflejado en las ventas netas de la empresa.

FLEXIBILIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTROS

Tiempo promedio de los procesos de recepción de paquetes: Esta métrica no es modificable debido a que esta depende de los tiempos que manejan los diferentes camiones que transportan las encomiendas, al ser estos inalterables la meta se mantiene y no existe oportunidad allí.

Tiempo promedio de los procesos de Almacenamiento: Está determinado por el tiempo que se demora el proceso de almacenamiento de las encomiendas que llegan a la agencia de la Empresa Rapid Service, que en este caso es el proceso de distribución, existen problemas de organización al momento de ordenar las encomiendas por su tipo: tamaño, destino, dimensión y peso causando retrasos al momento de organizar las encomiendas para su ruta.

Tiempo promedio del proceso de entrega: Está determinado por el tiempo que se demora en realizar la entrega desde el punto de partida inicial hasta su cliente de destino, se obtiene un promedio de 6 horas las cuales se usan para entregar todas las encomiendas hasta su destinatario, se pone una meta de 4 horas a partir del punto inicial de partida, al reducir el tiempo en el proceso de entrega se optimizarán recursos.

Tiempo promedio del proceso de rotación en Almacén: La razón por la que se requiere acondicionar la bodega de manera diferente es para que exista un mejor flujo de la carga y no se tenga inconvenientes al momento de sacar las encomiendas, adicional se cuenta con el espacio suficiente para adecuar de mejor manera cuando se almacene las encomiendas en la bodega, esto significa un ahorro significativo.

Oportunidad de flexibilidad: La principal oportunidad que se obtiene al disminuir el tiempo de almacenaje y entrega es un mayor flujo de las encomiendas logrando mejorar los tiempos en la distribución ya que no se perderá tiempo con encomiendas rezagadas que causen un reproceso al momento de entregar a su cliente de destino.

COSTOS DE LA CADENA DE SUMINISTROS

Costo de mantener la cadena de suministros regional Latacunga: Esta métrica refleja la oportunidad de costo en la cual la suma total de los costos que se emplean para mantener la cadena de suministros operativa deja un ahorro de \$60 dólares al mes.

Costo de planificación de rutas: Esta métrica viene hacer un costo que no se puede modificar ya que la planeación es relevante al momento de planear la ruta para la entrega de encomiendas y ese proceso genera un valor fijo.

Costo de transporte: Esta métrica tiene una inversión de 60 dólares y lo que se propone es reducirla en un 50% optimizando el transporte y en el mejoramiento de la planificación de rutas y uso de los recursos.

Costo de Flete: Actualmente la empresa paga un adicional en fletes por el aumento en la carga recibida pero también por el ineficiente manejo del tiempo y la distribución, se fija una meta de reducir este costo a cero haciendo uso solamente de los recursos que cuenta la empresa y ya no de particulares.

Costo de entregar: Esta métrica no se puede modificar ya que el proceso de entrega funciona de manera fija y los recursos que se emplean para llevarla a cabo no son relevantes al momento de economizar costos en los procesos actuales.

ANÁLISIS DE LA CONSISTENCIA DE LOS VALORES PRESENTADOS EN EL SCORCARD

En esta parte se colocará la fuente de donde fue extraída la información para la elaboración del Scocard, mediante esta información se logró construir un Scocard con datos precisos y confiables logrando un alto nivel en la recolección de información. Los datos relacionados con el cumplimiento de órdenes fueron tomados de la base de datos de los informes que se realizan

mensualmente en la empresa, donde aparecen los históricos del último año calendario, allí también se encontraba información sobre la documentación como guías, manifiestos y pruebas de entrega.

Los tiempos de recepción, almacenamiento, entrega y de rotación de bodega fueron extraídos por entrevistas al gerente regional y el personal operativo de la empresa, de igual manera con la misma fuente se utilizó para extraer datos como los tiempos en los procesos que se llevan a cabo.

Los costos de planificación, transporte, pagos de fletes y entregas, fueron consultados al personal particular que se utiliza esporádicamente, así como también al gerente regional de la empresa.

RESUMEN DEL FUNCIONAMIENTO PROPUESTO DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL SCORCARD

Para el análisis de los distintos puntos con el funcionamiento y operaciones de la cadena de suministros en la Empresa Rapid Service, se tendrán en cuenta los datos obtenidos en el Scocard con relación al funcionamiento de cada proceso.

FUNCIONAMIENTO DE ENTREGAS

Para el funcionamiento de las entregas de encomiendas en los diferentes puntos de destino con relación al cumplimiento perfecto de órdenes y al de las entregas completas se tiene una brecha entre 10% y 12% lo cual garantiza que se puede cumplir las metas propuestas sin mayor problema y con una adecuada aplicación de reducción de tiempos en las rutas se logrará cumplir la meta, mejorando la distribución y fidelizando al cliente.

FLEXIBILIDAD EN LA CADENA DE SUMINISTROS DE LA EMPRESA RAPID SERVICE

Es importante saber que la distribución actual en donde se realizan los procesos de recepción, almacenamiento, distribución y entrega, la empresa no cuenta con un excelente manejo logístico a esto le agregamos que el personal operativo no está muy bien capacitado para dar una respuesta

inmediata ante cualquier problema que se suscite da como resultado un retraso en las entregas y entorpece los procesos que se llevan a cabo antes y después de cada actividad, también la ineficiente planeación en la ruta y el mal manejo de bodega genera un reproceso que aumenta los costos para la empresa.

El cumplimiento de la meta propuesta solucionará los problemas existentes en el manejo de la cadena de suministros reduciendo tiempos y optimizando recursos para minimizar costos en la distribución.

COSTO DE MANTENER LA CADENA DE SUMINISTROS EN LA AGENCIA REGIONAL RAPID SERVICE DE LATACUNGA

El costo del funcionamiento actual de la cadena de suministros se ve reflejado en los costos de mantener la cadena, los cuales incluyen costos de planeación, transporte, fletes y entregas de encomiendas.

Con el objetivo de generar una reducción en los costos que se tienen actualmente, se pretende reducir el pago de fletes en un 100% como también la reducción del costo en transporte lo que nos permitirá obtener un ahorro generando mayores ingresos para la empresa sin perder la calidad y la eficiencia en el servicio. Algo que es importante recalcar es la efectividad que se debe mantener en la planificación de rutas para una mejor distribución de las encomiendas dinamizando con mayor rapidez la rotación en bodega y las entregas.

NIVEL 2 DE CONFIGURACIÓN

Para el nivel de configuración del modelo SCOR en proceso de distribución de encomiendas de la Empresa Rapid Service se tomará en cuenta todos los tipos de proceso tanto de planeación, ejecución y apoyo, tomados como referencia del texto guía utilizado Supply Chain Excellence de Peter Bolstorff and Robert Rosenbaum, los cuales presentan las siguientes características:

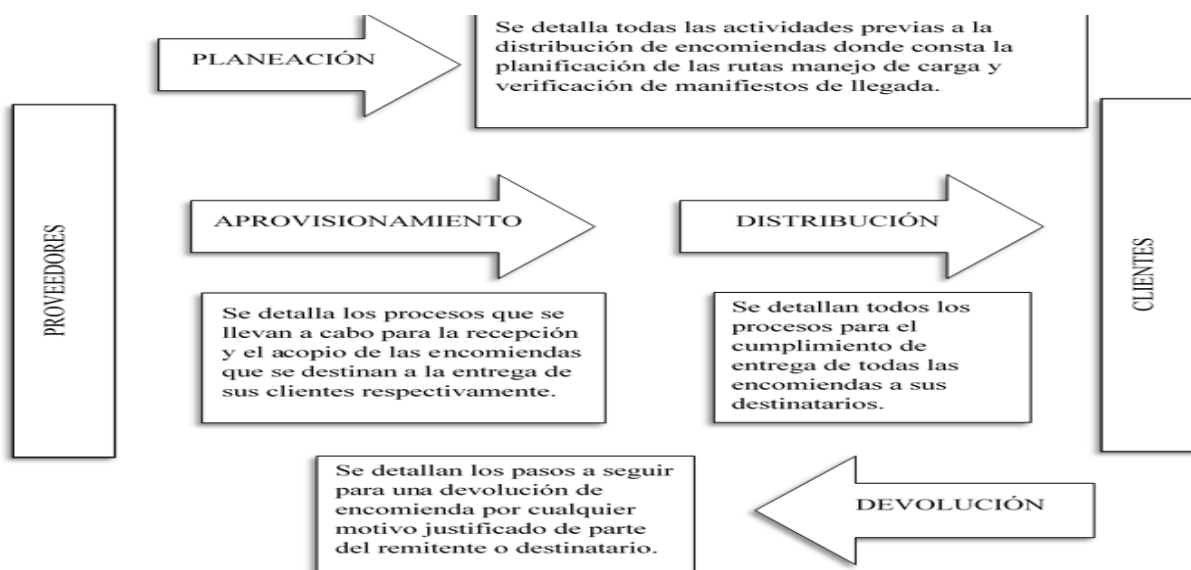
Proceso de planeación: Para los procesos de planeación hacen referencia a proceso que buscan que se alineen los recursos para lograr satisfacer una demanda, mediante un proceso de planeación, considerando un horizonte de tiempo de la planeación, el tiempo de respuesta de la cadena de suministro y un balance adecuado entre la demanda y los recursos que se tienen.

Proceso de Ejecución: Son procesos en los que se tiene en cuenta operaciones planeadas que se basan en los cambios de estado de la materia prima procesada, se incluye: los procesos de manufactura, las transformaciones de los productos y paso o movimiento de los productos a los siguientes procesos.

Proceso de Apoyo: Son procesos que reparan, controlan, mantienen y desarrollan información y relaciones necesarias para los procesos de planeación y ejecución, a continuación, se muestra los procesos que se utilizan tanto los tipos de proceso como en los procesos de SCOR.

ESPECIFICACIÓN DE PROCESOS DENTRO DEL PROCESO DE DISTRIBUCIÓN DE ENCOMIENDAS DE LA EMPRESA RAPID SERVICE (GRÁFICA NIVEL 2)

Figura 10
Gráfica Nivel 2



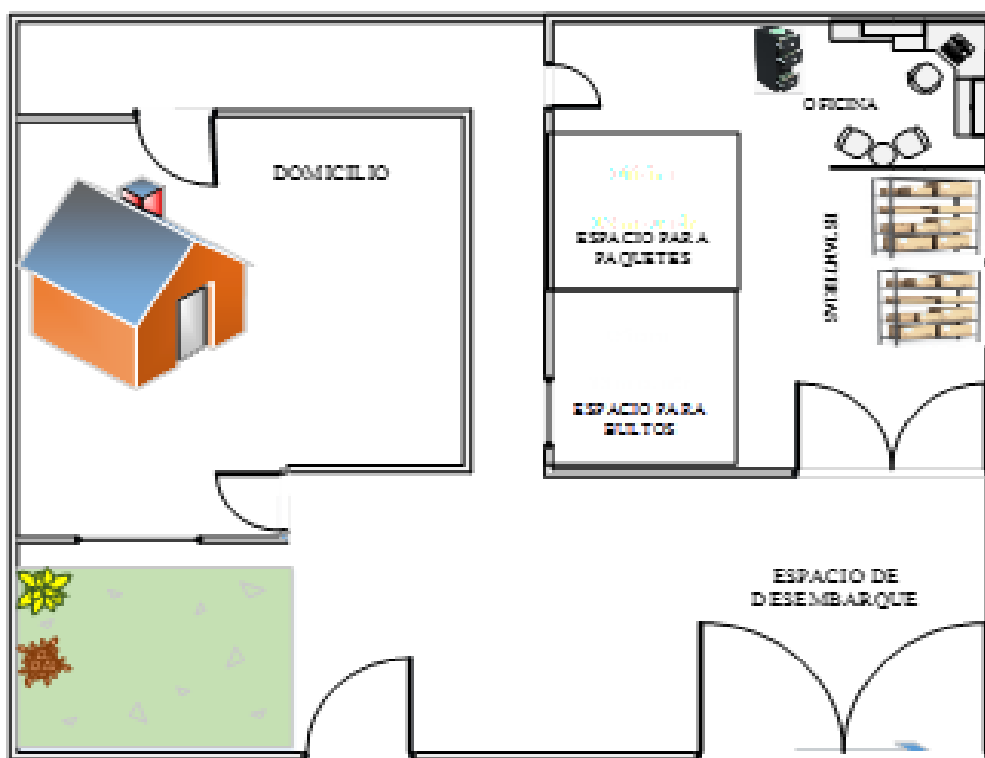
Elaborado por: Grupo de investigación

DISEÑO DEL CENTRO DE ABASTECIMIENTO

Se busca sanear la mala distribución física de la bodega, puesto que se encontró como un factor que influye en la tardanza de la entrega, por lo tanto, se propone una reorganización física, que permita un manejo más óptimo de todas las cargas y a la vez minimice el tiempo de despacho.

Figura 11

Reorganización de la bodega



Elaborado por: Grupo de investigación

Con la reorganización se pretende dinamizar la movilización interna como se muestra en el gráfico se asignó un espacio al ingreso de la bodega para las cargas más pesadas como bultos y cajas grandes, con el fin de facilitar la carga y descarga de estos materiales que son considerados pesados, continuamente se colocan un espacio para las cajas pequeñas y medianas que son más fáciles de movilizar, por otra parte las estanterías se ubicaron al fondo de la bodega y se utilizarán para almacenar los sobres en la parte superior, las valijas en la parte media y las encomiendas

denominadas frágiles en la parte inferior, de esta manera toda la carga está organizada precautelando la seguridad y el perfecto estado.

Mientras que la oficina se ubicó al ingreso de la bodega para poder brindar una mejor atención al cliente además contará con un archivero para el correcto manejo de las guías y los manifiestos de cada encomienda.

Ventajas de la reorganización de la bodega

- a) Permite categorizar la carga al momento de su arribo
- b) Optimiza el tiempo de despacho
- c) Facilita la carga y descarga de encomiendas
- d) Evita robo de encomiendas

DISEÑO DE FLUJO DE ENCOMIENDAS

FLUJO DE ENCOMIENDAS ENTREGADAS EN LA CIUDAD DE LATACUNGA

En la siguiente gráfica se muestra cómo se realiza las entregas de encomiendas dentro de la ciudad de Latacunga.

Tabla 8

Nómina de distribución de un día

EMPRESA	DIRECCIÓN	CATEGORIZACIÓN
Alcaliza	Av. 5 junio 77138 - Sector San Felipe	cajas
Alcopesa	Av. 5 de Junio y Av. Iberoamericana	bulto
Almacenes Chordeleg	Av. Juan Abel Echeverría y Quijano y Ordoñez	sobre
Autec	Calle Bolívar y Rio Yanayacu	bulto
Banco Del Austro	Av. Quito y Guayaquil	cajas
Banco Del Pichincha	Av. Quito y Padre Salcedo	sobre
Cooperativa El Sagrario	Calle Juan Abel Echeverría y Quito	sobre
Cruz Roja de Cotopaxi	Callo Antonia Vela y Tarqui	Sobre
Dialda	General Proaño y Napo	Cajas
Distribuidora Vázquez	Calle Rafael Silva y Calle Quito	Sobre
Eduardo Vega	Av. Roosevelt y Gabriela Mistral	Sobre
El Contactor	Calle Catalina Rivera y Quijano y Ordoñez	Bulto
Farmacia el Loreto	Calle Sixto Lanás y Calle Ángel Subía	Cajas
Grupo Grandes	Calle Gabriela Mistral N° 786-9	Cajas

Gustavo Moscoso	Calle Napo y General Maldonado	Sobre
Implastic	Panamericana sur E35	Bulto
Laboratorio Labsaeg	Calle Márquez de Maenza y Calle Belisario Quevedo	Sobre
Maltaría Plaza	Av. Marco Aurelio Subía y Calle Gatazo	Bulto
Marcimex	Calle Félix Valencia y 2 de mayo	Cajas
Mega Popular	Quijano y Ordoñez y Hermanas Páez	Cajas
Navacero	PanAm Hwy	Bulto
Óptica Optimas	Calle Guayaquil y Sánchez de Orellana	Sobre
Rubén Barragán	Calle Ayacucho y Calle Euclides Salazar	Sobre
Yamaha	Calle Quito y Juan Abel Echeverría	Cajas

Fuente: Datos empresariales 2020

Para esta la nueva distribución se plantea clasificar la carga por tamaños en sobres, cajas bultos, los cuales serán repartidos por los tres Courier, partiendo a sus diferentes rutas a la misma hora y siguiendo estrictamente el orden establecido para cada entrega

a) COURIER 1

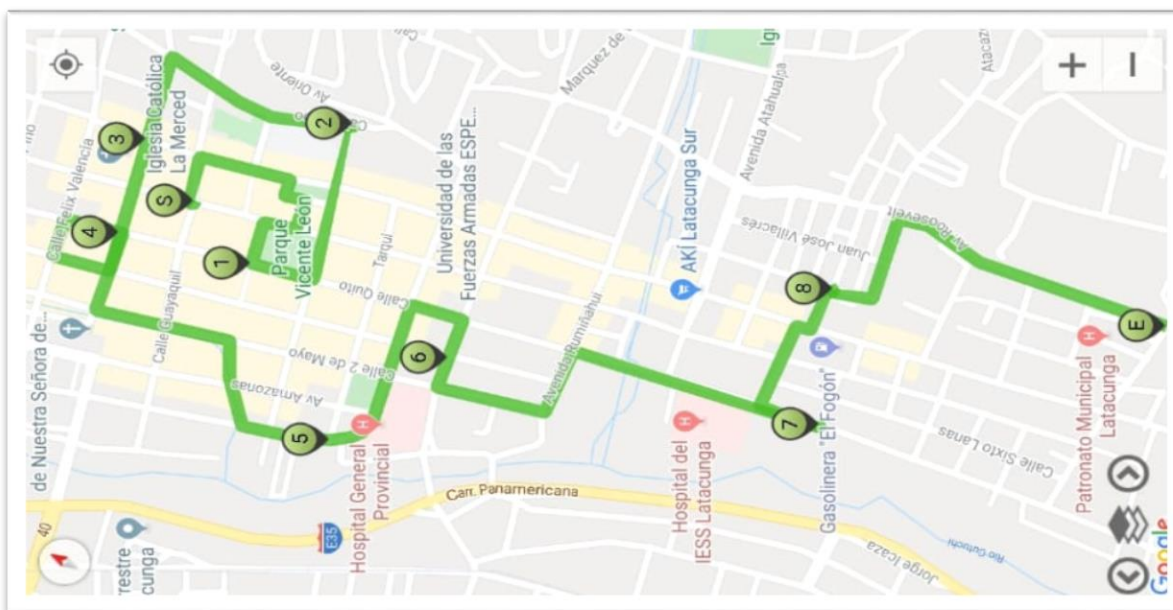
Tabla 9

Ruta Courier 1

OPERARIO	ORDEN DE DISTRIBUCIÓN	EMPRESA	DIRECCIÓN	CATEGORIZACIÓN	TIEMPO/ MINUTOS
Courier 1	1	Óptica Optimas	Calle Guayaquil y Sánchez de Orellana	sobre	0:20
Courier 1	2	Banco Del Pichincha	Av. Quito y Padre Salcedo	sobre	0:25
Courier 1	3	Rubén Barragán	Calle Ayacucho y Calle Euclides Salazar	sobre	0:20
Courier 1	4	Almacenes Chordeleg	Av. Juan Abel Echeverría y Quijano y Ordoñez	sobre	0:25
Courier 1	5	Cooperativa El Sagrario	Calle Juan Abel Echeverría y Quito	sobre	0:10
Courier 1	6	Cruz Roja de Cotopaxi	Callo Antonia Vela y Tarqui	sobre	0:25
Courier 1	7	Laboratorio Labsaeg	Calle Márquez de Maenza y Calle Belisario Quevedo	sobre	0:15
Courier 1	8	Distribuidora Vázquez	Calle Rafael Silva y Calle Quito	sobre	0:30
Courier 1	9	Gustavo Moscoso	Calle Napo y General Maldonado	sobre	0:25
Courier 1	10	Eduardo Vega	Av. Roosevelt y Gabriela Mistral	sobre	0:25
TOTAL TIEMPO EMPLEADO					3:40

Elaborado por: Grupo de investigación

Figura 12
Mapa de Ruta Courier 1



Elaborado por: Grupo de investigación

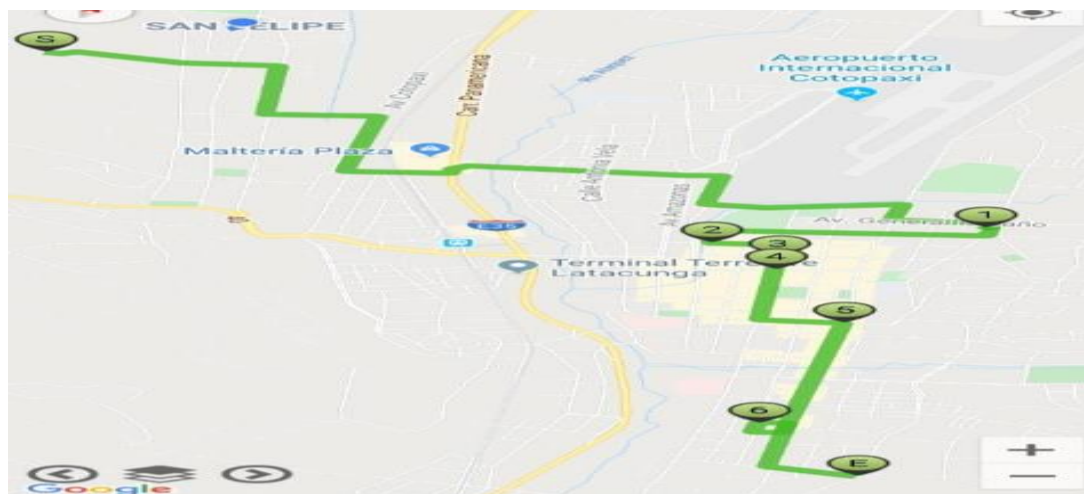
a) COURIER 2

Tabla 10
Ruta Courier 2

OPERARIO	ORDEN DE DISTRIBUCIÓN	EMPRESA	DIRECCIÓN	CATEGORIZACIÓN	TIEMPO/ MINUTOS
Courier 2	1	Alcaliza	Av. 5 Junio 77138 - Sector San Felipe	cajas	0:35
Courier 2	2	Dialda	General Proaño y Napo	cajas	0:25
Courier 2	3	Marcimex	Calle Félix Valencia y 2 de mayo	cajas	0:35
Courier 2	4	Yamaha	Calle Quito y Juan Abel Echeverría	cajas	0:10
Courier 2	5	Banco Del Austro	Av. Quito y Guayaquil	cajas	0:25
Courier 2	6	Mega Popular	Quijano y Ordoñez y Hermanas Páez	cajas	0:40
Courier 2	7	Farmacia el Loreto	Calle Sixto Lanás y Calle Ángel Subía	cajas	0:30
Courier 2	8	Grupo Grandes	Calle Gabriela Mistral N° 786-9	cajas	0:35
TOTA TIEMPO EMPLEADO					3:55

Elaborado por: Grupo de investigación

Figura 13
 Mapa de Ruta Courier 2



Elaborado por: Grupo de investigación

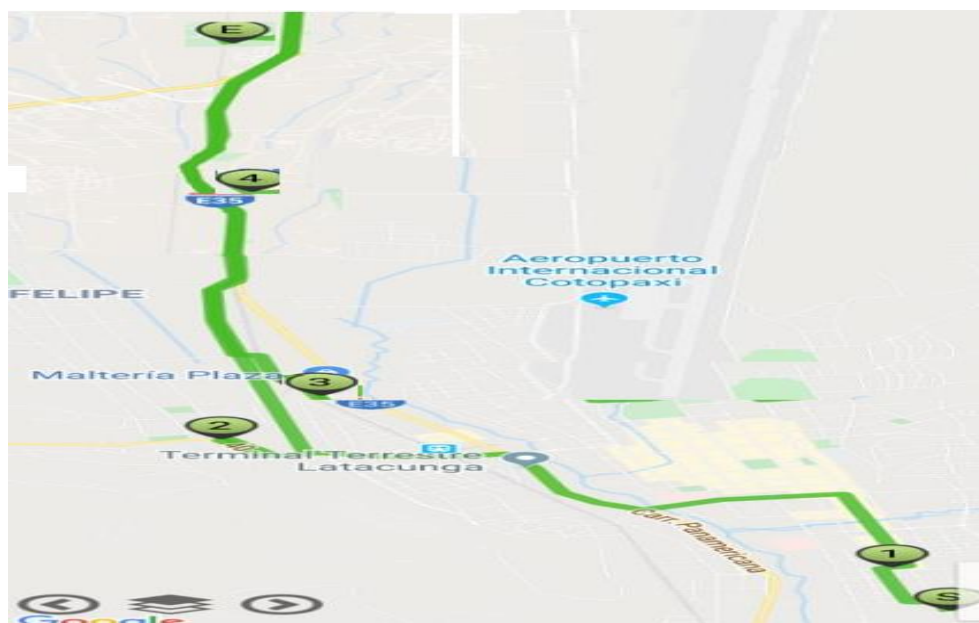
a) COURIER 3

Tabla 11
 Ruta Courier 3

OPERARIO	ORDEN DE DISTRIBUCIÓN	EMPRESA	DIRECCIÓN	CATEGORIZACION	TIEMPO/MINUTOS
Courier 3	S	El Contactor	Calle Catalina Rivera y Quijano y Ordoñez	bulto	0:40
Courier 3	1	Autec	Calle Bolívar y Rio Yanayacu	bulto	0:25
Courier 3	2	Alcopesa	Av. 5 de junio y Av. Iberoamericana	bulto	0:35
Courier 3	3	Maltaría Plaza	Av. Marco Aurelio Subía y Calle Gatazo	bulto	0:55
Courier 3	4	Implastic	panamericana sur E35	bulto	0:45
Courier 3	5	Novacero	PanAm Hwy	bulto	0:35
TOTAL DE TIEMPO EMPLEADO					3:55

Elaborado por: Grupo de investigación

Tabla 12
Mapa de Ruta Courier 3

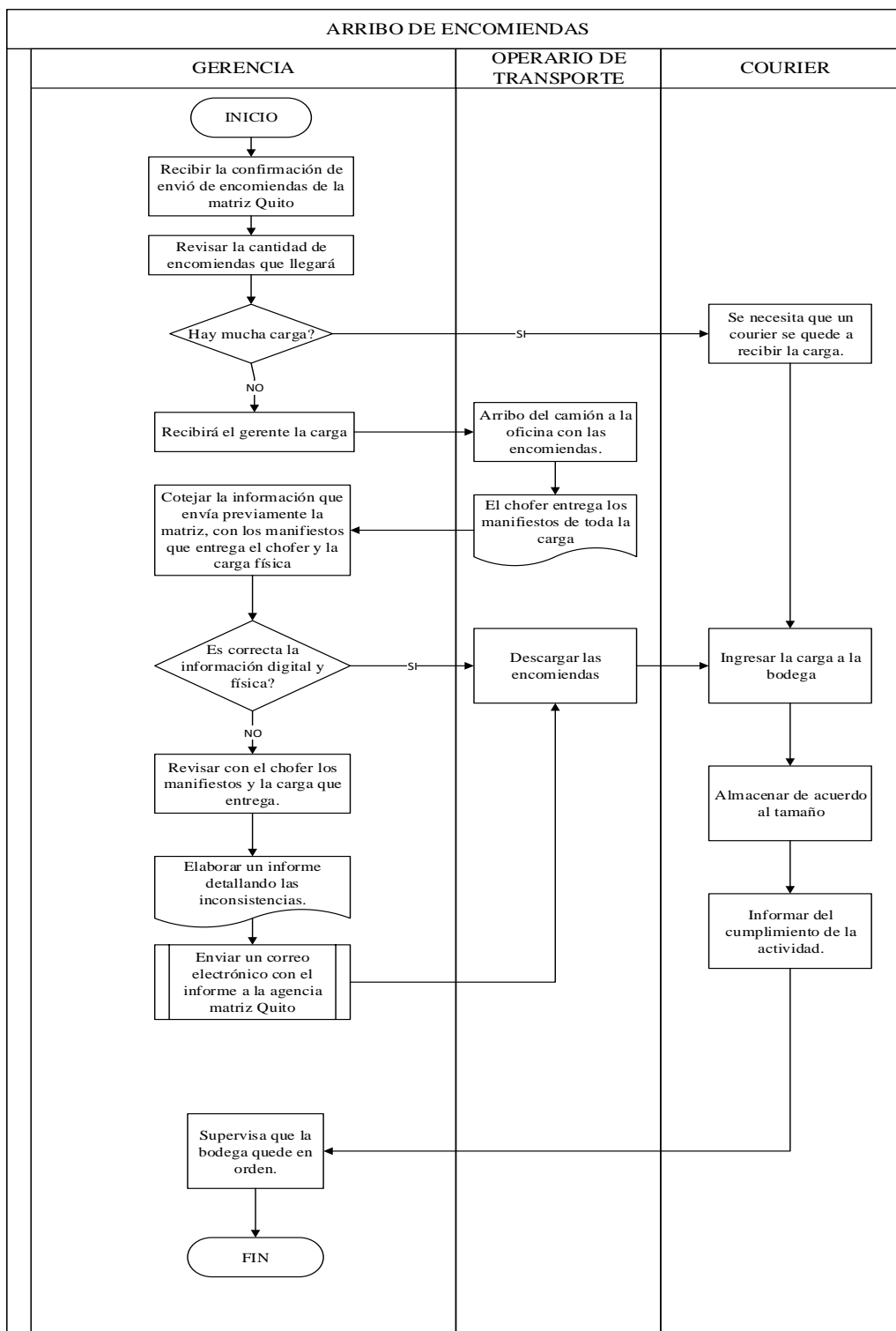


Elaborado por: Grupo de investigación

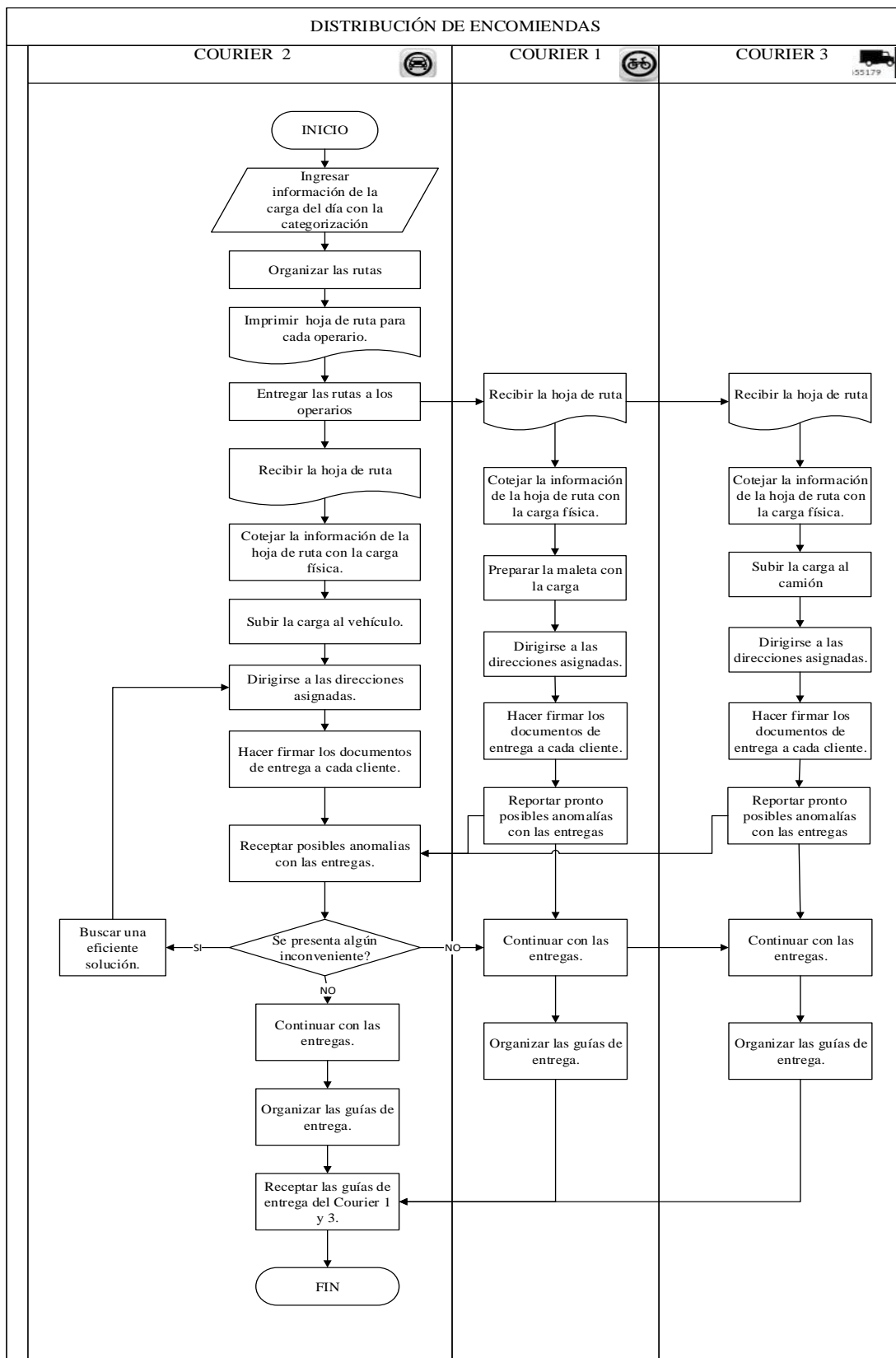
Como se muestra en las tres tablas anteriores, al distribuir las encomiendas por el tamaño y el despacho a todo el personal operativo a una misma hora y manteniendo el orden de entrega asignado disminuyo los tiempos de entrega a un promedio de 3:50 horas, es decir con la nueva estrategia de distribución de pudo reducir 2:10 horas de entregas, alcanzando entregar todas las encomiendas en menos de 24 horas.

DESARROLLO DEL NIVEL 3 DEL MODELO SCOR

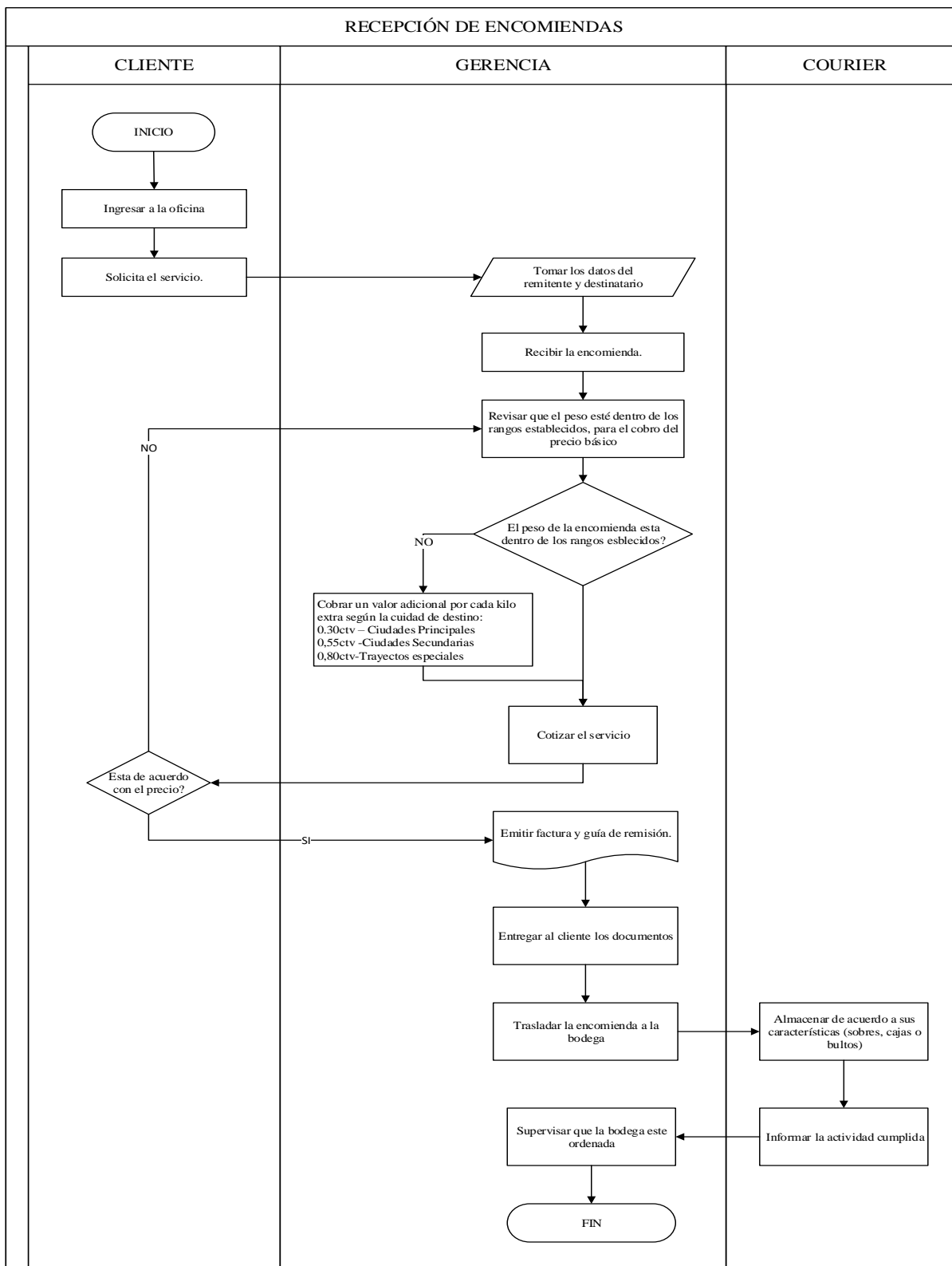
MEJORAS APLICADAS A LOS PROCESOS DE LA EMPRESA RAPID SERVICE



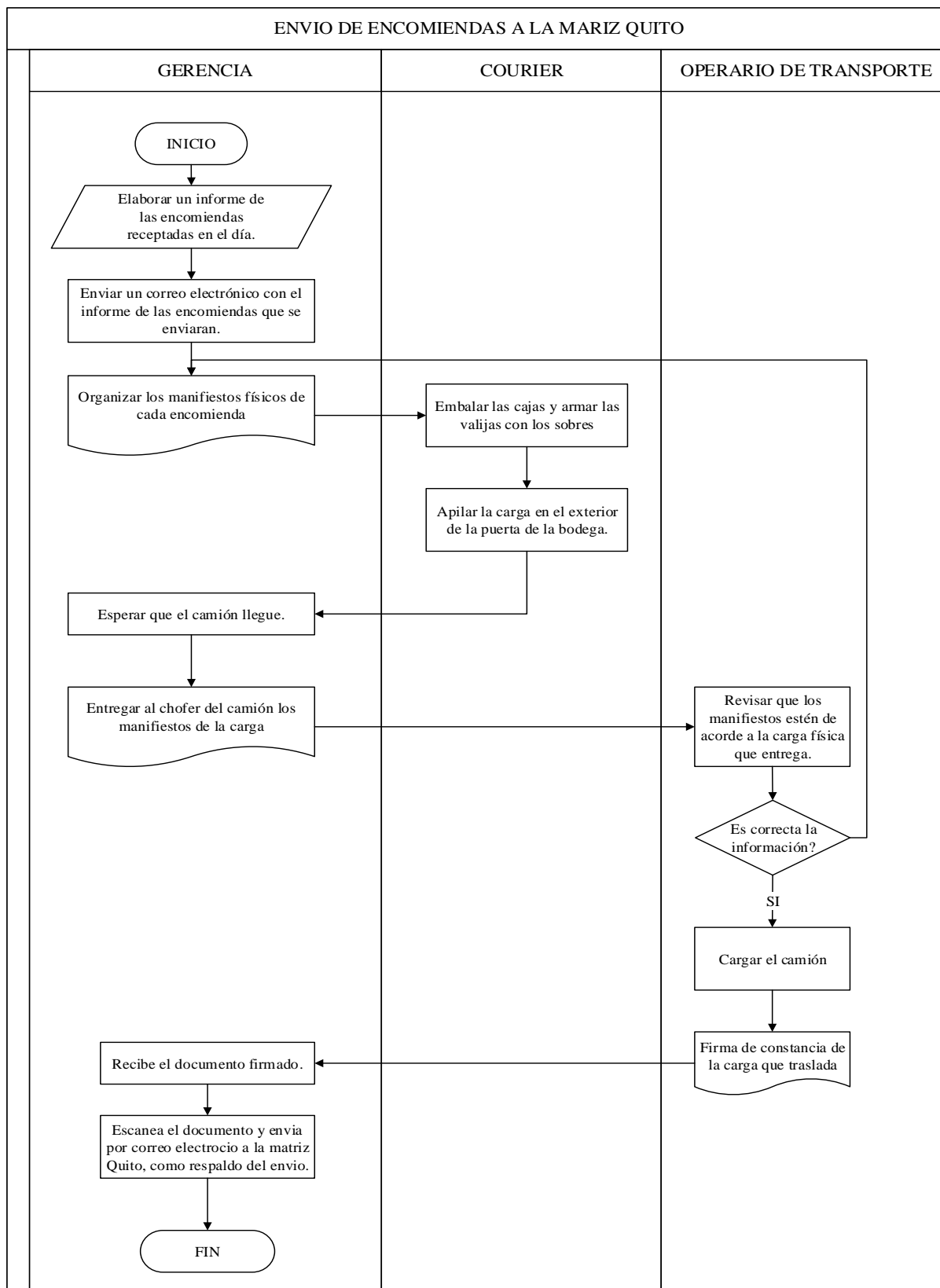
Elaborado por: Grupo de Investigación



Elaborado por: Grupo de Investigación



Elaborado por: Grupo de Investigación



Elaborado por: Grupo de Investigación

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- Realizado el análisis situacional de la empresa se puede observar falencias potenciales que disminuye la eficiencia de las entregas de encomiendas, limitando el proceso logístico y afectando directamente en el óptimo desarrollo de la empresa.
- Al analizar la distribución de paquetería se evidenció que los tiempos que se emplean para esta actividad no son adecuados y existe mucho tiempo muerto durante el proceso de entrega que actualmente tiene la empresa.
- Como resultado del proyecto de investigación presentado, se puede concluir que la Logística moderna requiere de un proceso más eficiente que les permita alcanzar altos niveles de competitividad en el mercado para lo cual se propuso la implementación de un modelo logístico que involucra el manual de procesos y el modelo SCOR potenciando la logística empresarial.

RECOMENDACIONES

- Es conveniente realizar un análisis y posterior evaluación de todos los procesos que involucran el desarrollo de las actividades empresariales, con la finalidad de no poner en riesgo el cumplimiento de las metas y objetivos propuestos para a su vez fidelizar a los clientes y garantizar un excelente servicio.
- Debido al ineficaz proceso de distribución que se maneja en la actualidad en la Empresa de Courier Rapid Service, es conveniente realizar un re diseño logístico en el cual se proponga mejoras en los procesos de distribución tomando en cuenta el análisis que se desarrolló en el presente proyecto de investigación.

- Establecer como objetivo principal la implementación del modelo logístico propuesto para que se cumpla a cabalidad el correcto desarrollo de los procesos planteados tanto en el manual de procesos como en el modelo SCOR.

10. BIBLIOGRAFÍA

Alcaide, J. C. (2015). *Fidelización del Cliente*. Madrid: ESIC EDITORIAL.

Arndt, P. (2005). *Just in Time: El sistema de producción Justo a Tiempo*. Obtenido de

<https://www.grin.com/document/43360>

Carvajal, L. (5 de 09 de 2014). *El rincón del saber*. Obtenido de [https://www.lizardo-](https://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/)

[carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/](https://www.lizardo-carvajal.com/el-metodo-deductivo-de-investigacion/)

Cordero, Z. V. (15 de 02 de 2010). *Calameo*. Obtenido de

<https://es.calameo.com/read/004243589cb44e615e1ef>

Cultural S.A Autor Institucional. (2001). *Diccionario de Marketing*. CULTURAL EDITORIAL.

Delgado, Martínez, Covas. (1 de 05 de 2015). *Procedimiento para la mejora del servicio de*

envíos de mensajería DHL express, perteneciente a la empresa de correos Cienfuegos.

Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-

[87082015000100004](http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-87082015000100004)

Dolores Fernández Verde; Elena Fernández Rico. (2010). *Comunicación empresarial y Atención*

al cliente. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.

García, G. (31 de 05 de 2018). *Emprende Pyme*. Obtenido de

<https://www.emprendepyme.net/tipos-de-proveedores.html>

- Gordon y Sarango. (28 de 2 de 2014). *Repertorio Universidad Central del Ecuador*. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/3108/1/T-UCE-0005-482.pdf>
- Holguín, M. M. (2012). *FUNDAMENTOS DEL MARKETING*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Imelda Fosdo, J. (15 de 06 de 2011). Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/57881136/CONCEPTO-DE-PROVEEDOR>
- James R. Evans; William M. Lindsay. (2015). *Administracion y Control de la calidad*. México: Cengage Learning S.A.
- Jeroma MacCarthy ; William D. Perreault. (1997). *Marketing. planeación estratégica de la teoría a la práctica*. Bogotá: McGraw Hill.
- Kotler Philip y Armostrong Gary. (2013). *FUNDAMENTOS DEL MARKETING*. Mexico: Pearson Education Inc.
- Laseter, T. (1998). *Alianza estrategica con proveedores*. California: Balanced Sourcing.
- Luis R. Picazo Manriquez y Fabian Martínez Villegas. (1991). *Ingenieria de Servicios*. México: MCGRAW-HILL/INTEROAMERICANA DE MÉXICO.
- Quinteros y Sotomayor. (1 de 04 de 2018). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28590/1/TESIS%20Quintero-Sotomayor.pdf>
- Rapid Service. (s.f.). *Rapid Service*. Obtenido de <https://www.rapidservice.com.ec/es/content/nosotros>
- Saeso Logística. (1989). *Saeso.es*. Obtenido de <https://www.saeso.es/la-importancia-de-los-plazos-de-entrega-en-e-commerce/>

11. ANEXOS

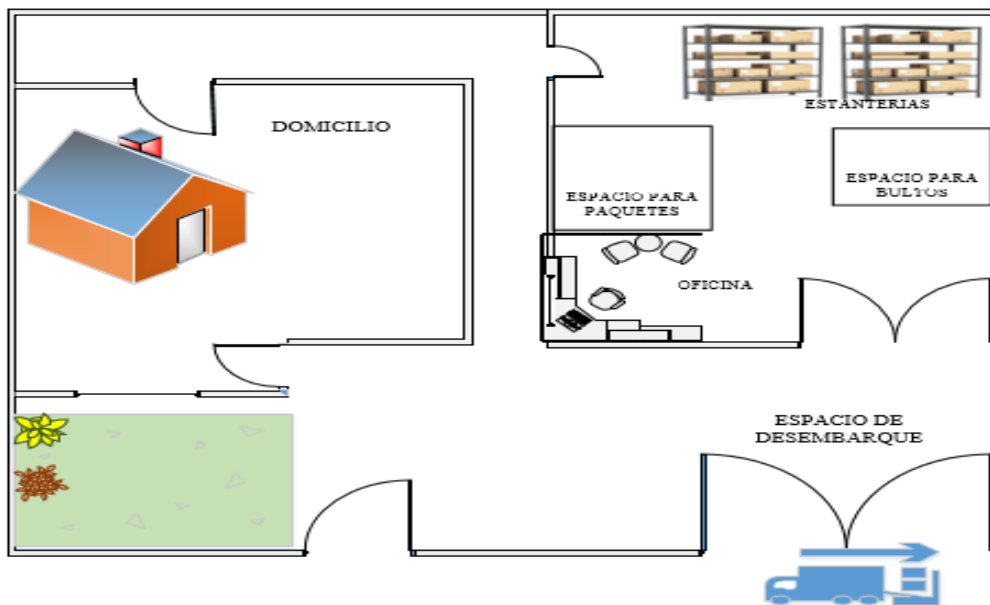
Anexo 1

Local de Distribución



Anexo 2

Distribución Física de la Bodega



Anexo 3

Almacenaje de paquetes pequeños



Anexo 4

Almacenaje de paquetes grandes



Anexo 5
Área administrativa



Anexo 6
Archivo Físico – Guías de remisión



Anexo 7
Archivo Físico - Folder



Anexo 8
Productos que Distribuyen

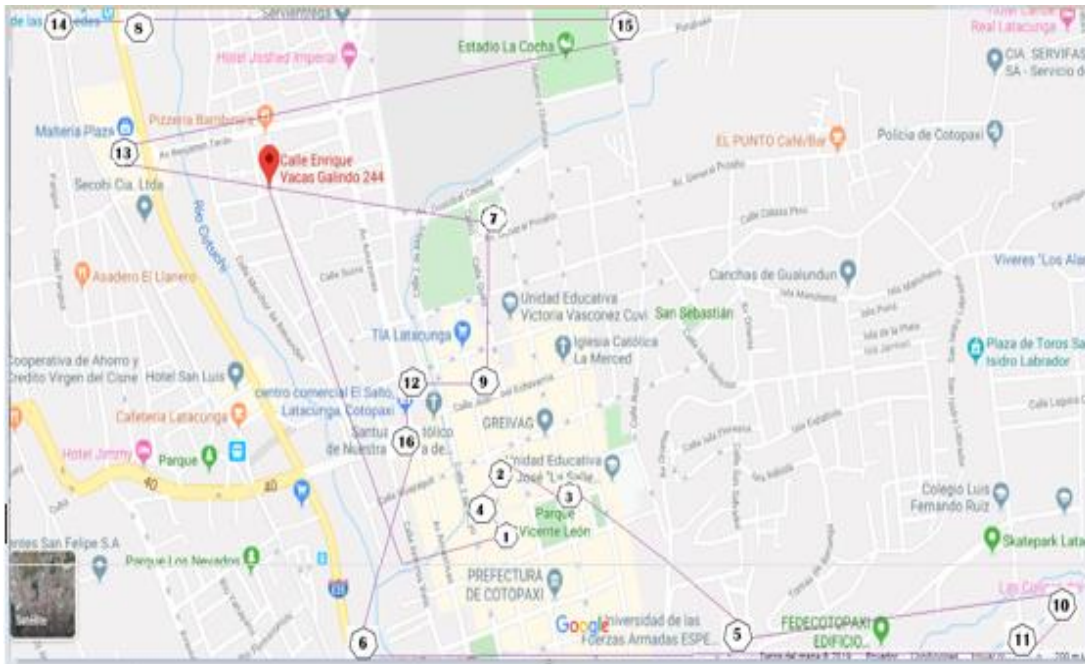


Anexo 9*Tiempos de entrega Latacunga*

CLIENTE	ORDEN DE ENTREGA	TIEMPO LATACUNGA		Intervalo de tiempo en las entregas
		H. Despacho	H. Entrega	
1. Banco Pichincha	1	8:00	8:25	0:25
4. Cooperativa El Sagrario	2	8:00	8:35	0:10
2. Banco del Austro	3	8:00	9:00	0:25
3. Cacpeco	4	8:00	9:10	0:10
5. Mega popular papelería	5	9:15	9:35	0:25
10. Farmacia frente al IESS	6	9:15	10:00	0:25
11. Medicina para el IESS	7	9:15	10:15	0:15
6. Induacero	8	9:15	10:50	0:35
14. Farmacia Sana Sana	9	11:10	11:20	0:30
12. Tienda d celulares en El Salto	10	11:10	11:30	0:10
9. Bicicletas Echeverría	11	11:10	11:45	0:15
7. Construcciones Ulloa	12	11:10	12:05	0:20
13. Cine Mark	13	11:10	12:35	0:30
15. Construcciones Culqui	14	11:10	13:15	0:40
8. Grupo grandes	15	13:35	14:05	0:50
14. Alcopesa	16	13:35	14:35	0:30

Fuente: Rapid Service Ltda.

Anexo 10
Ruta de Distribución



Anexo 11
Medios de Transporte



Anexo 12

Check list

		EMPRESA DE COURIER RAPID SERVICE LTDA.	
FECHA:		HORA DE LLEGADA:	
DATOS DEL CAMIÓN			
Propietario:			
Placas del Camión:			
DATOS DEL CONDUCTOR			
Nombre:			
Tipo licencia de conducir:			
PARÁMETROS DE VERIFICACIÓN DE CARGA			
	SI	NO	OBSERVACIONES
Manifiesto			
Estado físico de la Carga			
Verificación Manifiesto - Carga Física			
Apilar la carga de acuerdo al tamaño			
_____ ENTREGA CONFORME		_____ RECIBE CONFORME	

Anexo 13
Guía de remisión

logistics@rapidservice.com.ec / carga@rapidservice.com.ec

MAQUINA CUENCA: Juan Guzmán Guzmán y Cía. S.A. - Calle 12, 101 - Santa Cruz - 0904 200 101 200 000 - 0904 200 000

GUÍA N° 3862644

Mucho mejor servicio

Fecha: 02/03/2020

ORIGEN DESTINO

NOMBRE: _____ DIRECCIÓN: _____ MILLAJE: _____

TELF.: _____ CIUDAD: _____ SI NO

DESGLOSE	CONTENIDO	CIUDAD:	TELF.:
SOBRE(S)			
VALIA(S)		VALOR DECLARADO	PRIMA SEGURO
PAQUETE(S)		PESO (KG) O VOLUMEN	VALOR
CAJA(S)			
TOTAL N° ITEMS			

ACEPTO ENVIAR CON VALOR DECLARADO: SI NO

HORA: _____ FIRMA: _____

RECIBE: NOMBRE: _____

FIRMA: _____

FECHA: _____ HORA: _____

Por Rapid Service NOMBRE: _____

BLANCO - VERDE - COPIA

Anexo 14
Guía Electrónica

CUENCA

LATACUNGA

CARGA (Pesada, paquetes)

CAJA MINIMA / MEDIANA (40x40x60CM) - PERFUMERIA Y COSMETICOS

Fecha creación: Lun, 02/03/2020 - 10:47

Remitente: ALMACENES JUAN ELJURI - BODEGAS PERFUMERIA AV ESPAÑA 13-36 Y TURUHUYACO / AV ESPAÑA 13-36 Y TURUHUYACO / 072-804141

Destinatario: FABIOLA DEL ROCIO GUZMAN SALAS / BELISARIO QUEVEDO N°81-15 JUAN ABEL ECHEVERRIA / 032810571

Forma de Pago: Crédito Crédito (\$1,85)

Info Adicional: *Fabiola Guzman*

FRAGIL

www.rapidservice.com.ec

RUC: 0190007510001

GUÍA DE REMISIÓN N° 001002000019707

NUMERO DE AUTORIZACION 310120200019000751000120010020000197078061042317

AMBIENTE: PRODUCCIÓN

EMISIÓN: NORMAL

CLAVE DE ACCESO

310120200019000751000120010020000197078061042317

6 Y TURUHUYACO

Fecha Fin Transporta: 03/02/2020

283930 Fecha de emisión: 31/01/2020

Motivo Traslado: Venta

Destino (Punto de llegada): BELISARIO QUEVEDO N.81-15 JUAN ABEL LATACUNGA

Identificación (Destinatario): 0501655297001

Razón social / Nombres Apellidos: FABIOLA DEL ROCIO GUZMAN SALAS

Documento Aduanero: 0080405482

Código Establecimiento Destino:

Ruta: MAYOREO SIERRA CENTRO

Código SAP	EAN	Description	Marca	Cont.	UM	Serie	Lote
10070784	309674700108	COLORSTAY MK2 COMBOLY SKIN TRUE BEAUT	REVLON	4.0	ST		19022
10070781	309974700054	COLORSTAY MK2 COMBOLY SKIN NATURAL BEI	REVLON	1.0	ST		18188
10070781	309974700054	COLORSTAY MK2 COMBOLY SKIN NATURAL BEI	REVLON	3.0	ST		18171
10070782	309974700061	COLORSTAY MK2 COMBOLY SKIN MEDIUM BEI	REVLON	4.0	ST		19118
10040059	8011003895867	FOUR HOMME MEN EDT 100 ML SP	GIANNI VERSACE	1.00	ST		
10075717	8011003895745	TYLAN BLUE MEN EDT 100 ML NS	GIANNI VERSACE	1.00	ST		
10078981	8011003819174	BRIGHT CRYSTAL ABSOLU EDP 30 ML NS	GIANNI VERSACE	1.00	ST		
10030294	8411061687283	SHAKIRA BY WOMEN EDT 80ML	A PLUS OTROS	1.00	ST		
10003304	8411061722789	SHAKIRA EAU FLOREALE WOMEN EDT 80ML	A PLUS OTROS	1.00	ST		
10091008	8411061802845	CH BAD BOY EDT 100 ML NS	A PLUS CAR. HERRERA	1.00	ST		
10291011	8411061802121	CH BAD BOY VIAL EDT 1.5 ML	A PLUS CAR. HERRERA	1.00	ST		

Anexo 17

ESTRELLA RIVAS ERNESTO ANDRÉS

Soy un profesional con varios años de experiencia en diferentes áreas como los es: La Educación, Seguridad Industrial, Manejo de Personal, Capacitador, Técnico de catastros, entre otros, soy una persona responsable, pro activa que siempre busca la solución ante cualquier problema, muy sociable que le gusta compartir y busca el logro de los objetivos que se planteen entregando los

EXPERIENCIA PROFESIONAL

MINISTERIO DE EDUCACIÓN PROGRAMA "EBJA"

Noviembre 2011 - Noviembre 2013

- Docente de adultos mayores.

ENERGY POWER (EMPRESA ELÉCTRICA DE COTOPAXI)

Marzo 2014 – Septiembre 2014

- Lectura de medidores dentro del cantón Latacunga

EMPRESA PROVEFRUT S.A.

Noviembre 2014 – Septiembre 2015

- Inspector de Seguridad Industrial

FIT CONSEIL S.A.

Mayo 2018 – Junio 2018

- Levantamiento de información de medidores de luz y catastros
Cantón Salcedo

G&S GALO GALLO

Julio 2018 – Diciembre 2018

- Lectura de medidores de luz Cantón Pujilí

FORMACIÓN

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

Ingeniero Comercial

COLEGIO "VICENTE LEÓN"

Físico Matemático



CONTACTO



0979339473



Latacunga



andrstrp@hotmail.com

SOFTWARE

- Excel
- Word
- PowerPoint
- Visio
- Outlook
- Wordpress.

COMPETENCIAS

- ✓ Trabajo bajo presión
- ✓ Pro activo ante los retos
- ✓ Trabajo en equipo
- ✓ Ambiente Sociable

IDIOMAS

Inglés : Intermedio

Español : Nativo



HOJA DE VIDA

I. DATOS PERSONALES

NOMBRE: JESSICA EDITH
APELLIDO: CUICHAN TOCTAGUANO
N° DE CEDULA DE INDENTIDAD: 0503448474
TIPO DE SANGRE: ORH +
FECHA DE NACIMIENTO: 13/10/1990
EDAD: 29
DIRECCION: TANICUCHI
CANTON: LATACUNGA
TELEFONO: 0998601050 / 032701-514

II. ESTUDIOS REALIZADOS

ESTUDIOS PRIMARIOS:

ESCUELA FISCAL “GUSTAVO ITURRALDE” (SANTA ANA DE TANICUCHI)

ESTUDIOS SECUNDARIOS:

COLEGIO TECNICO “LUIS FERNANDO RUIZ” (LATACUNGA)

TITULO DE: ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ESPECIALIDAD: ORGANIZACIÓN Y GESTION DE LA SECRETARIA

ESTUDIO SUPERIOR

CUARTO SEMESTRE DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA EN EL INSTITUTO SUPERIOR VICENTE LEON

UNIVERSIDAD TÈCNICA DE COTOPAXI - EGRESADA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS –INGENIERA COMERCIAL

III. CAPACITACIÓN

CENTRO DE CAPACITACIONES FUNDEL

- TRIBUTACION
- CONTABILIDAD BASICA
- LEGISLACION LABORAL
- PLANEACION TRIBUTARIA
- SEMINARIO DE MARKETING Y RENTABILIDA DE LA EMPRESA – UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI
- EDUCACION FINANCIERA - CAPECO

Anexo 19

CURRICULUM VITAE

DATOS PERSONALES

Nombres: César Patricio Salazar Cajas

Correo electrónico: cesar.salazar@utc.edu.ec

ESTUDIOS REALIZADOS

Superiores: Universidad Central del Ecuador

Universidad Tecnológica Indo América TEC Monterrey México Escuela Politécnica Nacional

TÍTULOS ACADÉMICOS OBTENIDOS

Economista Master en Administración Educativa y Docencia universitaria Diplomado

Internacional en

competencias docentes TEC de Monterrey - Cambridge Maestría en gerencia empresarial, MBA

Escuela Politécnica Nacional.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

DIRECTOR FINANCIERO, Universidad Técnica de Cotopaxi. CONSULTOR

INDEPENDIENTE. DIRECTOR

ADMINISTRATIVO encargado del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saquisilí.

DIRECTOR FINANCIERO del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Saquisilí.

EXPERIENCIA DE DOCENTE DOCENTE UNIVERSITARIO, Ad honorem, Universidad

Técnica de Cotopaxi.

FACILITADOR, Proyecto GYPASEC, UIDE, Ministerio del Interior.

DOCENTE del SNNA, Escuela Politécnica del Ejército ESPE.

COORDINADOR DE RECINTO, SNNA.

DOCENTE de la Escuela Politécnica del Ejército ESPE.

MIEMBRO DEL TRIBUNAL EVALUADOR de trabajo investigativo de cuarto nivel,
Universidad Tecnológica

América, Instituto de Investigación y Posgrados.

COORDINADOR del Área de Economía y Finanzas, Universidad de las Fuerzas Armadas Espe,
Extensión

Latacunga.

MIEMBRO del equipo de Rediseño de la carrera de Ingeniería Comercial, Universidad Técnica
de Cotopaxi.

MIEMBRO del Comité Evaluador de los paper's presentados en las Conferencias
Latinoamericana sobre el

abandono en la Educación Superior, Escuela Politécnica Nacional.

MIEMBRO de la comisión de evaluación de la Universidad por la carrera de Ingeniería
Comercial, Universidad

Técnica de Cotopaxi. MIEMBRO de la comisión de evaluación interna de la carrera de
Ingeniería Comercial,

Universidad Técnica de Cotopaxi.

DOCENTE UNIVERSITARIO, Universidad Técnica de Cotopaxi. Actualmente