



UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ

**PLAN DE ACCIÓN PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LOS
PROCESOS DE DISTRIBUCIÓN EN LA EMPRESA
ZOOM INTERNATIONAL SERVICES, C.A.**

Autor: Edgar Arteaga
C.I. 16319302

Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio San Diego
Teléfono: (0241) 8714240 (master) – Fax: (0241) 87123
Urb. Yuma II, calle N° 3. Municipio

REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**PLAN DE ACCIÓN PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LOS
PROCESOS DE DISTRIBUCIÓN EN LA EMPRESA
ZOOM INTERNATIONAL SERVICES, C.A.**

Proyecto del Trabajo de Grado para optar al título de
Licenciado en Administración de Empresas

Autor: Edgar Arteaga

Tutor(a): Esmar Jimenez

San Diego, Febrero de 2018



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

San Diego, _____

ACTA DE REVISIÓN DEL PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO

Quienes suscriben esta Acta, dejan constancia que el Proyecto de Trabajo de Grado:

**PLAN DE ACCIÓN PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LOS
PROCESOS DE DISTRIBUCIÓN EN LA EMPRESA
ZOOM INTERNATIONAL SERVICES, C.A.**

Ha sido revisado y, cumpliendo con los requisitos exigidos para su aprobación, recomiendan su tramitación ante el organismo académico correspondiente.

Nombre Tutor Académico

Firma

Fecha

Nombre Tutor Metodológico

Firma

Fecha

ÍNDICE GENERAL

	CONTENIDO	pp.
	RESUMEN INFORMATIVO	v
	INTRODUCCIÓN.....	1
	CAPÍTULO	
I	EL PROBLEMA.....	3
	1.1 Planteamiento del Problema	3
	1.1.1. Formulación del Problema.....	6
	1.2. Objetivos	6
	1.3. Justificación.....	7
II	MARCO TEÓRICO	9
	2.1. Antecedentes	9
	2.2. Bases Teóricas.....	14
	2.3. Definición de Términos.....	24
III	MARCO METODOLÓGICO	27
	3.1. Tipo y Diseño de la Investigación.....	27
	3.2. Fases Metodológicas.....	29
	Fase I.....	29
	Fase II.....	30
	Fase III.....	31
IV	RECURSOS.....	32
	4.1. Humanos.....	32
	4.2. Institucionales.....	32
	4.3. Materiales.....	32
	4.4. Tiempo.....	32
	REFERENCIAS	34



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD JOSÉ ANTONIO PÁEZ
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PLAN DE ACCIÓN PARA LA OPTIMIZACIÓN DE LOS PROCESOS DE DISTRIBUCIÓN EN LA EMPRESA ZOOM INTERNATIONAL SERVICES, C.A.

Autor: Edgar Arteaga

Tutor:

Fecha: Febrero de 2018

RESUMEN INFORMATIVO

La distribución del producto hace referencia a la forma en que los materiales e insumos son distribuidos hacia la plaza o punto de venta en donde estarán a disposición, serán ofrecidos o serán vendidos a los consumidores. En tal sentido, la investigación tiene como objetivo general proponer un plan de acción para la optimización de los procesos de distribución en la empresa Zoom International Services, C.A., dado que presenta debilidades en el proceso de distribución, dado que existen factores que no permiten que el proceso logístico en la cadena de distribución se lleve de manera excelente hacia la satisfacción de los clientes. Desde el punto de vista metodológico, se fundamenta en la modalidad de proyecto factible, con un diseño de campo de nivel descriptivo. Como técnicas de recolección de información se empleará la encuesta, mediante un cuestionario. El mismo será aplicado a la población objeto de estudio con la finalidad de diagnosticar la situación actual en cuanto a los procesos de distribución que presenta la empresa Zoom International Services, C.A. También se hará uso de la Matriz DOFA para analizar los factores que inciden en el proceso de distribución para el establecimiento de un plan de acción en la empresa. Una vez obtenida la información procedente de las técnicas de recolección, se procederá a la clasificación y agrupación de la misma para luego ser codificada, tabulada y analizada hasta llegar a resultados concretos y su respectiva interpretación. Con los resultados obtenidos se diseñará un plan de acción para la optimización de los procesos de distribución en la empresa Zoom International Services, C.A. Por último, se presentan los recursos administrativos que se requieren para llevar a cabo la investigación, tales como los humanos, institucionales y materiales

Descriptor: Plan, Plan de Acción, Procesos de Distribución, Logística

INTRODUCCIÓN

El mercado moderno exige industrias capaces de competir en un mundo globalizado, donde la adaptación al cambio y la satisfacción de los clientes son los principales factores para poder sobrevivir, ya que sólo quedarán en carrera aquellas industrias que sepan utilizar muy bien las herramientas que le permiten mejorar sus procesos, trabajar de forma eficiente y eficaz, y atender a las necesidades más estrictas de sus clientes, para así lograr la fidelización de estos con la compañía.

Se puede señalar, que el mercado competitivo de hoy representa el foco primario de muchas organizaciones, las cuales desean mejorar el servicio al cliente, emprendiendo una amplia gama de iniciativas para optimizar sus procesos, por ello manejan la logística como alternativa responsable, que evidentemente permite que las empresas distribuidoras crezcan en forma muy marcada. El propósito es de brindar valor a sus clientes, competir con productos, servicio y eficiencia en las operaciones, incrementando la velocidad de la cadena de suministro, mantener niveles de stock, Simplificar procesos y reducir tiempos de entrega, determinando niveles de producción con objeto de reducir los costos, integrar de forma estrecha el diseño, desarrollo, distribución y marketing.

En este orden de ideas, para lograr el éxito en el rubro de la distribución, las organizaciones deben conocer tres puntos claves de sus clientes, tanto internos como externos; estos son: el inventario que se llevará en la organización, construir lealtad con sus clientes y analizar a fondo las debilidades y fortalezas de sus proveedores. Además de esto, se requiere mantener una información completa de los materiales que se transportarán, mejorar la presión y el tiempo de entrega y aprovechar los descuentos por transporte y volumen dentro del proceso de compras.

Dentro de lo planteado, se presenta la investigación en la empresa Zoom International Services, C.A., la cual presenta como problemática ineficiencias en el proceso de distribución, aumentado los costos y la utilización inadecuada de los

recursos lo que no ha permitido proveer un mejor servicio al cliente. Es por lo cual que el estudio se plantea como objetivo general proponer un plan de acción para la optimización de los procesos de distribución en la empresa Zoom International Services, C.A., la investigación se estructura de la siguiente manera:

Capítulo I. Este capítulo está conformado por el problema, los objetivos (Generales y Específicos), la justificación del estudio, los alcances y la formulación del problema

Capítulo II. Este capítulo está conformado por el Marco Teórico, en el se describen los antecedentes del estudio y se adaptan las teorías relacionadas con la investigación, y se nombran sus bases teóricas y definiciones de términos básicos

Capítulo III: Comprende el marco metodológico de la investigación, compuesto por el tipo y diseño de la investigación, y las fases metodológicas, donde se muestra la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de datos, y las técnicas de análisis de datos.

Capítulo IV: En este capítulo se mencionan los recursos con los cuales contará la investigación, conformados por los recursos humanos, materiales e institucionales. Finalmente se presentan las referencias bibliográficas

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del Problema

La existencia de ambientes complejos y dinámicos, caracterizados por un mercado altamente competitivo representa el foco primario de muchas organizaciones, las cuales desean mejorar el servicio al cliente, emprendiendo una amplia gama de iniciativas para optimizar sus procesos, por ello manejan la logística como alternativa responsable, que evidentemente permite que las empresas distribuidoras crezcan en forma muy marcada.

Al respecto, las organizaciones se han visto en la necesidad de romper con sus rutinas laborales, para ello requieren invertir para ser competitivas ante las grandes exigencias presentes en el ámbito donde se desenvuelven, sobre todo a involucrarse en mercados innovadores y cambiantes, en los cuales no solo es indispensable ofrecer productos de calidad, sino también desarrollar ventajas competitivas orientadas a garantizar la calidad a nivel de procesos, así como del servicio que ofrece tanto a clientes internos como a externos.

Según García (2009), existen herramientas que contribuyen con el incremento de la competitividad, donde las empresas están obligadas a definir estrategias que le permitan el acceso al mundo competitivo de hoy, tomando aquellas que garanticen su materialización y de esta manera evitar que los esfuerzos sean inútiles.

Dentro de lo planteado, las empresas en su gestión conllevan a determinar las estrategias que orientan a la organización a lograr niveles de rentabilidad aceptables y el posicionamiento en el mercado para mejorar sus operaciones, asumiendo la realización de las mismas con eficiencia y calidad. El mejoramiento de dichas operaciones permitirá lograr la satisfacción del consumidor final, ofreciéndole con

ello altos niveles de calidad; la cual se convierte, en una prioridad en la época actual ante las continuas y elevadas exigencias de los clientes.

De este modo, debido al dinamismo que rodea el ambiente administrativo y las exigencias de un mundo cambiante, las organizaciones deben incorporar nuevas herramientas administrativas que le permitan hacer uso efectivo de los recursos propios o asignados. Todo esto en virtud de hacer más eficaz el proceso administrativo en cualquiera de sus fases.

Dentro del proceso administrativo, la planificación es una herramienta que permite definir el rumbo que debe tomar la empresa para el logro de los objetivos planteados, a través del desarrollo de planes y actividades en un lapso de tiempo determinado. Por otro lado, los planes de acción constituyen un instrumento indispensable para facilitar la realización de las labores específicas que conforman las funciones administrativas y productivas, puesto que esto garantiza la mejor forma de realizar las actividades ayudando a un ahorro de tiempo, esfuerzo y dinero.

De acuerdo a Serna (2010: 73) “los planes de acción son las tareas que deben realizar cada unidad o área para concretar las estrategias en un plan operativo que permita su monitoria, seguimiento y evaluación”. A través de ellos, se establecen las actividades correspondientes que ha de llevarse a cabo, los plazos, los recursos que resultarán necesarios, las respectivas responsabilidades que asumirán los participantes y los detalles del seguimiento y evaluación.

Partiendo de estas ideas, las empresas deben contar con un sistema formal de planeación estratégica que le permita tomar las decisiones oportunas mediante la utilización de técnicas y métodos de planificación actualizados para determinar si se cumplen los tiempos de entrega de los productos, así como verificar si se está ante un proceso de mejora continua, así como reducir el plazo que transcurre entre la realización del pedido y la entrega de los bienes y productos, reducir los costos totales, incrementar la calidad del proceso de entrega, utilizando las tecnologías de información y mejorar con todo ello, la posición competitiva de la empresa.

Visto de esta forma, es fundamental establecer planes a corto plazo o planes de

acción que les permita llevar un control en la distribución y administración de sus bienes y servicios, y eficiencia en las operaciones, incrementando la velocidad de la cadena de suministro, mantener niveles de stock, simplificar procesos y reducir tiempos de entrega, lo cual proporciona a la organización una buena imagen y solvencia.

De acuerdo a lo planteado, se presenta la investigación en Zoom International Services, C.A., la cual es una empresa de transporte expreso de carga y documentos, cuyo propósito es prestar un servicio de tipo múltiple, resolviendo todos los problemas comunicacionales en diferentes áreas que se relacionan con la movilización de correspondencia y mini carga y de mensajería local. Por lo tanto, busca alcanzar el 100% de efectividad en todas sus entregas. Sin embargo, en la actualidad existen factores que no permiten que el proceso logístico en la cadena de distribución se lleve de manera excelente hacia la satisfacción de los clientes.

Entre los cuales se pueden mencionar el tráfico y el clima, estos constituyen elementos externos que determinan que la entrega se realice a tiempo, tanto un mensajero como un chofer sufren severamente las consecuencias que trae este factor y esto impide que puedan llegar a su destino en el tiempo estipulado, originando que se devuelva el envío a la sucursal o que el cliente efectúe el reclamo.

Por otra parte, se observa que el cliente identifica mal el envío originado que el personal Zoom encargado de efectuar las remesas no llegue al lugar para la entrega y tenga que posteriormente regresar con la mercancía o documento. Asimismo, no se actualiza la base de datos, lo cual impide contactar al destinatario en caso de que el mensajero o chofer se haya dirigido varias veces al lugar de entrega y no haya podido efectuar la misma.

La situación antes planteada, refleja preocupación en el almacenamiento de productos hasta el consumidor final, dado que se han presentado fallas que lleva a ineficiencias de los procesos, aumentado los costos y la utilización inadecuada de los recursos, así como la insatisfacción del cliente en la entrega oportuna de la mercancía, debido a golpes, roturas, deterioros del producto por manipulación, demoras en las

entregas, productos invertidos o defectuosos, lo que implica un aumento de costos para la distribución, que no han permitido proveer un mejor servicio al cliente, mejor calidad de mercadería y envío de mercancía.

De continuar, este escenario, la distribución de los productos de la empresa Zoom pierde competitividad en el mercado, ocasionando pérdidas en ventas por productos rechazados, disminución de la cartera de clientes, pérdidas de liderazgo en el mercado, disminución de las nuevas relaciones comerciales, aumento de los niveles de inventario por mercancía devuelta. Para la obtención de buenos resultados que aseguren el éxito operacional de la cadena de distribución se plantea desarrollar y estandarizar los procesos logísticos mediante la propuesta de un plan de acción para la optimización de los procesos de distribución en la empresa Zoom International Services, C.A.

1.1.1 Formulación del Problema

¿De qué manera un plan de acción puede optimizar los procesos de distribución en la empresa Zoom International Services, C.A.?

1.2 Objetivos de la Investigación

1.2.1 Objetivo General

Proponer un plan de acción para la optimización de los procesos de distribución en la empresa Zoom International Services, C.A.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual en cuanto a los procesos de distribución que

presenta la empresa Zoom International Services, C.A.

- Analizar los factores que inciden en el proceso de distribución para el establecimiento de un plan de acción en la empresa Zoom International Services, C.A.
- Diseñar un plan de acción para la optimización de los procesos de distribución en la empresa Zoom International Services, C.A.

1.2 Justificación de la Investigación

La investigación se justifica, dado que diseñará un plan de acción para la optimización de los procesos de distribución en la empresa Zoom International Services, C.A., lo cual le permitirá englobar toda la cadena de creación de valor, desde el aprovisionamiento de materiales hasta el transporte, garantizando el suministro puntual de los productos en cumplimiento de los más elevados estándares de calidad. De igual forma, se logrará balancear las necesidades de un excelente servicio a los clientes con los requerimientos de rentabilidad y crecimiento, al determinar qué es lo que los usuarios demandan y como se combinan los esfuerzos en toda la cadena de suministros

A través del plan de acción que se propone, se conocerán los procedimientos a seguir para el manejo y control del proceso de distribución de los productos de forma correcta, estableciendo una adecuada segregación de funciones; por otro lado, su implementación y revisión periódica, permitirá detectar los errores en dicho proceso tomando las acciones pertinentes de manera rápida y efectiva, mejorando así, la ejecución de las transacciones y permitiéndole a la empresa aumentar su rentabilidad económica, así como mejorar la fluidez de la información, logrando una mejor imagen frente a los clientes.

En el ámbito económico, representa beneficios tales como: reducción en los costos de distribución, mejoramiento de la gestión administrativa, disminución de los

rechazos o devoluciones, mejoramiento en la planificación, presupuesto y programación de las actividades, mejoras de la productividad, aumento de la utilidad; por la entrega oportuna de insumos, suministros, repuestos y servicios requeridos para cumplir con los tiempos programados

A nivel académico, constituirá una base para estudios posteriores en líneas de investigación donde se inserta el estudio, pudiendo servir como guía a investigadores interesados en el tema así como para el desarrollo de propuestas de planificación y control de proceso de distribución de productos para empresas con procesos similares.

Por último, profesional y personalmente, pondrá de manifiesto los conocimientos adquiridos a lo largo de formación académica, contribuyendo a ampliarlos aún más, dado que es un tema muy interesante y con gran importancia en lo que a información administrativa se refiere. También permitirá sentar bases para otros estudios que surjan partiendo de la problemática aquí especificada

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En consonancia con Tamayo y Tamayo (2014:145), “el marco teórico ayuda a precisar y organizar los elementos obtenidos en la descripción del problema, de tal forma que puedan ser manejadas y convertidas en acción concreta”. En esa dirección, seguidamente se presentan los antecedentes, las bases teóricas y la definición de términos relacionados con este Trabajo de Grado.

2.1 Antecedentes de la Investigación

Para el desarrollo del presente estudio, se realizó una revisión de trabajos de investigación precedentes, que aportan datos y consideraciones relevantes relacionadas con el objeto de ésta investigación, por consiguiente se presentan como soporte teórico los siguientes antecedentes:

Segnini (2017), realizó un trabajo de grado titulado: **“Estrategias para la aplicación de Controles en el Ciclo Logístico de la empresa BTP Distribuciones S.A.”**, presentado en la Universidad José Antonio Páez para optar por el título de Licenciado en Administración de Empresas. En la empresa existían factores que no permitían que el proceso logístico en la cadena de distribución se llevara de manera excelente hacia la satisfacción de los clientes, por lo cual se planteó como objetivo general proponer estrategias para el control administrativo del ciclo logístico de productos de la empresa BTP Distribuciones S.A. El estudio se apoyó en la aplicación de la técnica de la encuesta. El instrumento empleado fue el cuestionario utilizado para recabar información acerca de la situación actual referente la situación actual del control administrativo en cuanto al ciclo logístico de productos de la empresa

La población objeto de estudio estuvo conformada por quince (15) trabajadores que laboran en el área de administración (control Interno) y almacén. La población y muestra son las mismas, por lo cual no se realizó ningún tipo de muestreo. Luego de conocer los resultados después de aplicar la encuesta a la muestra seleccionada, se realizó un análisis Dofa., con la finalidad analizar los factores que afectaban el proceso administrativo del ciclo logístico de productos de la empresa BTP Distribuciones S.A.

Se concluyó que no se empleaban mecanismos de control para conocer las existencias de los el inventario de materiales y productos en el almacén debido a fallas en el control. No se llevaban a cabo procedimientos administrativos efectivos parel proceso de requisición, almacenaje y despacho de los productos. por lo que no se realizaba la entrega de los materiales en el tiempo establecido

Esta investigación se tomó como referencia, porque señala las estrategias para la aplicación de controles en el ciclo logístico de distribución de los productos sin afectar la satisfacción del consumidor, al mismo tiempo provee a la empresa de una metodología más eficaz para cumplir con sus obligaciones y mejorar la calidad de su servicio, sirviendo de marco para la propuesta de un plan de acción para la distribución de los insumos en la empresa zoom.

Por otra parte, Andrade y Trujillo (2015), presentaron un trabajo de grado en la Universidad de Carabobo, como requisito para optar por título de Licenciado en Administración Comercial, el cual lleva por título: **“Evaluación del Componente Tecnológico en el Proceso Logístico Vinculado a la Distribución de Productos Básicos: Caso Industrias Diana C.A.”** En este trabajo de investigación ese evaluó como el estado maneja el término logístico en la distribución de alimentos a través del componente tecnológico que rige el movimiento de los alimentos en el territorio nacional, el trabajo de campo se desarrolló dentro de las instalación de Industrias Diana C.A. tomando como muestra la Gerencia de Comercialización de la misma, a la cual se le aplicó un cuestionario permitiendo obtener información directa de quienes manejan e interactúan con el componente tecnológico analizado.

Una vez analizado los resultados, se pudo concluir que el componente tecnológico denominado Sistema Integral de Control Agroalimentario (SICA) implementado por el Estado como política de control sobre el proceso de distribución de alimentos, representa un factor de retraso en la implementación de planes logísticos eficientes que puedan mejorar la situación de desabastecimiento actual, ya que de acuerdo a la información obtenida de manera directa de los trabajadores del área de comercialización este sistema dificulta el poder cumplir con la distribución eficiente de alimentos, generando lapsos de espera prolongados en su traslado desde el centro de distribución a los anaqueles.

La investigación mencionada anteriormente, guarda una estrecha relación con el trabajo actual, ya que el enfoque fue similar, evaluar el sistema de distribución, determinar la eficiencia, además de proponer y desarrollar alternativas de mejoras en el proceso logístico, lo cual es de mucha ayuda para la elaboración de este trabajo de grado, ya que su problemática de distribución ayuda a observar otros aspectos importantes dentro de la empresa.

Del mismo modo, Cueva y Pérez (2015), realizaron un trabajo titulado: **“Rediseño de Procesos de Recepción, Almacenamiento, Picking y Despacho de Productos para la mejora en la Gestión de Pedidos de la empresa Distribuidora Hermer en el Perú”**, presentado en la Universidad San Martín de Porras, Lima Perú, para optar por el título de Profesional de Ingeniero de Computación y Sistemas. El presente trabajo se originó por la necesidad de la gerencia de la empresa Distribuidora Hermer SAC de mejorar la gestión de pedidos de toda la gama de productos de oficina que distribuye Hermer SAC. Se detectó que, en la actualidad, la empresa no cuenta con documentación de sus procesos y todo el conocimiento de realización de los procesos involucrados en la gestión de pedidos son aprendidos de manera vivencial lo que genera errores e incomodidad en los clientes cuando los pedidos no son entregados en la fecha, por ello, se plantea la implementación de un rediseño de los procesos involucrados en la gestión de pedidos para su mejora

Razón por la cual se aplicó como base la metodología de James Harrington,

iniciador de la mejora de procesos empresariales, y de acuerdo con ello se adaptó a los procesos de la empresa y a la etapa de modernización, a fin de eliminar las actividades repetitivas, burocráticas, apoyándose en el correcto uso de la tecnología instalada en la empresa.

Una vez analizado los resultados, se concluyó que los procesos de recepción y almacenamiento, picking y despacho que conforman la gestión de pedidos de la empresa Distribuidora Hermer se ven afectados por una mala secuencia de actividades esto debido a los siguientes factores: No cuenta con una correcta secuencia de actividades en cada proceso y exceso de actividades burocráticas y repetitivas. Por lo que se redujo el del tiempo total utilizado en cada uno de los procesos, en las actividades y una mejora de eficiencia en la gestión de pedidos.

La similitud de este trabajo con el presente, se relaciona con el rediseño de procesos despacho de productos en el proceso logístico para la distribución de los productos, con la finalidad de lograr mayor eficiencia en beneficio de la empresa en estudio, proponiendo alternativas para el diseño de un plan de acción para la optimización de los procesos de distribución en la empresa Zoom International Services, C.A.

Seguidamente, se consultó el trabajo de Hernández y Peña (2015), titulado: **“Plan Logístico Inverso para minimizar las diferencias del Inventario del Material de Empaques en la empresa Cervecería Polar Planta Metalgráfica C.A.”**, presentado en la Universidad José Antonio Páez como requisito para optar por el título de Licenciado en Administración. La logística reversa, se relaciona con todos los procesos y actividades necesarias para gestionar el retorno y reciclaje de las mercancías en la cadena de suministro, engloba operaciones de distribución, recuperación y reciclaje de los productos. Asimismo, agiliza la recepción, manejo y el control eficiente de los inventarios. En este contexto, la empresa Cervecería Polar Planta Metalgráfica C.A., requería optimizar la gestión de los inventarios de material de empaques, dado que no se llevaba a cabo un eficiente control, específicamente de las gaveras, existiendo diferencias con las existencias del almacén y lo que reflejaba

el sistema. Por tal motivo, el objetivo general de la investigación consiste en proponer un plan logístico inverso que permita minimizar las diferencias del inventario del material de empaques en la empresa

Metodológicamente, la investigación se enmarcó en la modalidad de un proyecto factible, apoyado en un diseño de campo no experimental. Como técnicas de recolección de información se tiene la observación directa, a través de una lista de cotejo. También se empleó la encuesta, mediante un cuestionario. La población objeto de estudio está conformada por 8 trabajadores.

Los resultados obtenidos permitieron concluir, que no existían métodos de planeación, registro y control del inventario de material de empaque, reflejando diferencias entre la mercancía y lo que emite el sistema. Finalmente, se presentó la propuesta, a través del diseño de un plan logístico inverso para minimizar las diferencias del inventario de material de empaque.

Este antecedente se tomó como referencia, dado que aporta lineamientos para plan logístico inverso para minimizar las diferencias del inventario, lo cual es un referente para el diseño de un plan de acción que permita la optimización de los procesos de distribución en la empresa Zoom International Services, C.A. desde la adquisición de los productos hasta la fecha de entrega a los clientes

Finalmente, se tiene el trabajo de Malho (2014), titulado: “**Diseño de un Plan de mejoras de los Procesos Operativos de Distribución en la Zona Metropolitana de Caracas, para una empresa de Servicio de Encomiendas.**”, presentado en la Universidad Católica Andrés Bello como parte de los requisitos para optar al título de Ingeniero Industrial. Zoom International Services, C.A. es una empresa fundada con la finalidad de prestar servicios de transporte para el traslado de documentos importantes dentro del territorio con alcance internacional. Se ha planteado la mejora de los procesos de distribución metropolitana al sentir la necesidad de aumentar la competitividad y posicionamiento dentro del mercado nacional, para que de esta manera se pueda ofrecer un servicio de mayor calidad, satisfaciendo la demanda en las mejores condiciones garantizando la conformidad de los requisitos establecidos

por los clientes.

El objetivo general de esta investigación, fue mejorar los procesos de distribución metropolitana de una empresa Courier que presta servicios de encomienda, bien sea para documentos como para mercancía, los factores que afectan la calidad, cumplimiento de los tiempos de entrega, así como la efectividad. Se realizó un estudio de la situación actual del servicio, en el área metropolitana, para que de esta manera se pueda desarrollar un plan de mejora y aplicarlo en los procesos; así mismo de la información a la empresa, identificando las operaciones y actividades que conforman el área de procesos operativos. Se identificaron los factores que afectan el servicio operativo, para desarrollar propuestas que induzcan a las mejoras en el proceso. Por último se realizó la propuesta de diseño de un plan de mejoras para fomentar en el personal una actitud permanente de servicio al cliente.

El trabajo de grado mencionado anteriormente se relaciona a la investigación en curso, pues se encontraron coincidencias en cuanto a que ambos proyectos se propusieron crear una propuesta para la logística de distribución, analizando y determinando las restricciones de la operación en estudio para poder proponer mejoras en el proceso de distribución de productos

2.2 Bases Teóricas

La información que se presenta a continuación, es una identificación de fuentes secundarias en donde se podrán detallar los elementos teóricos utilizados para el desarrollo de ésta investigación. Arias. (2014), establece que:

Las bases teóricas están compuestas por los conceptos, proposiciones y filosofías que explican o contribuyen a esclarecer el problema de estudio. Estas permiten ubicar el tema objeto de estudio dentro del conjunto de teorías existentes además de permitir en cual corriente de pensamientos se escribe y lo explica así: Las bases teóricas comprenden el conjunto de proposiciones que constituyen un punto de vista el cual va dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado, por ello se pueden dividir las bases teóricas en función de

los tópicos que integran la temática tratada a las variables que serán analizadas. (p.41).

A continuación se presentan las bases teóricas que fundamentan el desarrollo de la presente investigación.

2.2.1 Plan

Los planes son obtenidos a partir de ideas y programas. El objetivo de un plan es organizar, programar y prever. Para ello deben determinarse los objetivos, el medio, la forma, el lugar y quien lo llevará a cabo. Es un proyecto o un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra. Según Pra Martos (2016: 359) el plan o planeamiento “consiste en establecer, con anticipación, acciones que serían ejecutadas dentro de los escenarios y condiciones antes establecidas, estimándose los recursos a ser utilizados, y atribuyendo responsabilidades para lograr los objetivos fijados.

El planeamiento consiste en el establecimiento de objetivos y en la determinación de lo que deberá ser hecho y de qué forma esos objetivos serán logrados. En ese proceso el administrador utiliza informaciones referentes al pasado y al presente, o sea, los actos o medios en los cuales son elaboradas las previsiones que pueden ser hechas. Por su lado, Münch y García (2008: 65,) establecen que la planeación “es la determinación de los objetivos, elección de los cursos de acción para lograrlos, con base en la investigación y elaboración de un esquema detallado que habrá de realizarse en un futuro. Sin embargo es importante acotar, que tal actividad se desarrolla en un marco de incertidumbre, impredecibilidad, riesgo y cambios; por tanto, el cómo planear, establecer mecanismos de acción de alcance de normas, procedimientos, planes y objetivos exige la reinención constante de cómo el gerente estratégicamente piensa, estableciendo los senderos de acción empresarial

La planificación es un proceso que incluye entre sus objetivos mejorar la toma de

decisiones. Por lo tanto, en la empresa, permite disponer de una clara definición del trabajo a realizar, no sólo minimizar riesgos sino también alcanzar las metas de la manera más eficiente posible

2.2.2 Plan de Acción

De acuerdo a Franklin (2009) define un plan de acción mediante el siguiente comentario:

Es un instrumento para alcanzar los objetivos en el que se definen el espacio, tiempo y medio para su alcance; en virtud de ello en un plan se define en forma coordinada las metas estrategias, políticas; es un instrumento dinámico sujeto a modificaciones en su componente en función de la evaluación periódica de sus resultados. (p. 553)

Los planes de acción son instrumentos gerenciales de programación y control de la ejecución anual de los proyectos y actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a las estrategias y proyectos establecidos en el plan estratégico. En general, los planes se estructuran principalmente mediante proyectos de inversión, sin embargo, un plan debe contener también, el desarrollo de las tareas específicas. En efecto, este tipo de planes prioriza las iniciativas más importantes para cumplir con objetivos y metas propuestas. Un plan de acción se constituye como una guía que brinda un marco o estructura cuando debe desarrollarse cualquier proyecto.

Para Urquiola, (2009: 125), dichos planes, en líneas generales, colocan en un espacio definido de tiempo y responsabilidad, las tareas específicas para contribuir a alcanzar objetivos superiores. “Todos los planes de acción presentan su estructura de modo personalizado para cada proyecto, es decir, dependiente de los objetivos y los recursos, cada administrador presenta su plan de acción adecuado a sus necesidades y metas”. De igual forma considera este autor, que el plan de acción propone una forma de alcanzar los objetivos estratégicos que ya fueron establecidos con anterioridad.

De acuerdo a Serna (2010: 73): “los planes de acción son las tareas que debe

realizar cada unidad o área para concretar las estrategias en un plan operativo que permita su monitoria, seguimiento y evaluación”. Un Plan de Acción no está completo, si solo se definen quienes serán los responsables de las actividades propuestas, deben incluir un cronograma de actividades detallado que muestre las principales tareas y sus asignaciones así como su tiempo de cumplimiento.

El plan de acción es elaborado por un gerente y por el personal a su cargo, detalla las metas y objetivos del programa así como las actividades que se desarrollarán para lograrlos. Generalmente cubre un período de un año, determina cuál es la persona o persona responsable de la ejecución de cada actividad, muestra cuándo debe concluir cada una de éstas e indica cuáles son los recursos financieros necesarios

Por lo regular las tareas de identificación, preparación, evaluación, seguimiento y control de proyectos y programas de responsabilidad social se desarrollan sin una planeación estratégica que permita ordenar, conducir y orientar las acciones hacia el desarrollo integral de la organización. Al no estar claros o explícitos los objetivos estratégicos, ni la asignación de los recursos y mucho menos los alcances, hacen que no se puedan identificar las prioridades o necesidades básicas por las cuales se están realizando.

En la empresa los planes de acción facilitan un mayor conocimiento de las actividades a realizarse para el desempeño de una labor dentro de la organización, mediante la cual se pueden anticipar las consecuencias de las acciones a implementar, es el ejercicio realizado de antemano para reducir el riesgo de ejecución de la estrategia

2.2.3 Pasos de un Plan de Acción

De acuerdo a Franklin (2009), se puede determinar la efectividad que de la ejecución de un plan accionario por medio de cómo se plantea y cuáles son los lineamientos a seguir para su respectiva aplicación y la capacidad de dar respuesta ante el alcance de objetivos o metas definidas en la organización o departamento. Por

lo que se requiere lo siguiente:

- Objetivo claro, conciso y medible.
- Estrategias que reflejen el camino a seguir para lograr el objetivo.
- Tareas que describan los pasos exactos para el cumplimiento de las estrategias.
- Tiempos reales de cumplimiento en inicio y fin de cada tarea.
- Responsables directos de cada tarea.
- Seguimiento constante y evaluación de cumplimiento.
- Evaluación final para replanteamiento del plan de acción o elaboración de otro.

En concreto, se puede determinar que todo plan de acción debe conformarse por los siguientes apartados, de cara a lograr alcanzar los objetivos o fines establecidos: estrategias a seguir, los programas que se pueden emplear, las acciones inmediatas que se pueden llevar a cabo, los recursos necesarios para cometer las mismas, la fecha de inicio y finalización de aquellas y también quién se encargará de ejercer como responsable.

El plan de acción compromete el trabajo de una gran parte del personal de la empresa, estableciendo plazos y responsables, son documentos debidamente estructurados que forman parte del planteamiento estratégico de la empresa, ya que por medio de ellos, es que se busca materializar los objetivos estratégicos previamente establecidos, dándoles un elemento cuantitativo y verificable a lo largo del proyecto.

2.2.4 Proceso de Distribución

La distribución del producto hace referencia a la forma en que los productos son distribuidos hacia la plaza o punto de venta en donde estarán a disposición, serán ofrecidos o serán vendidos a los consumidores; así como a la selección de estas plazas o puntos de venta. Según los autores Enrique Díaz y Antonio Navarro (2014):

Entendemos por concepto de distribución la función que permite el traslado de productos y servicios desde su estado final de producción

al de adquisición y consumo, abarcando el conjunto de actividades o flujos necesarios para situar los bienes y servicios producidos a disposición del comprador final (individuos u organizaciones) en las condiciones de lugar, tiempo, forma y cantidad adecuados. (p.6).

Así, por ejemplo, en el ámbito de la comercialización, la distribución comprende toda la infraestructura y la organización que posibilita la llegada de productos y servicios a los mayoristas, a los minoristas y/o a los consumidores finales, de modo que involucra numerosos aspectos, que a menudo funcionan como eslabones de una cadena. La distribución debe de considerar la entrega correcta del producto, en el lugar adecuado y en el momento oportuno, con el menor costo posible. Crea valor para clientes, socios y proveedores que se expresa en tiempo y lugar. Su importancia se debe a:

- Costos, ayuda a evitar la disminución de los márgenes de utilidad.
- Líneas de distribución y aprovisionamiento.
- Penetración de mercados, incrementar la participación y las utilidades

Para los factores del tamaño de la orden, nivel de inventario y tiempo de entrega, logística tiene un papel decisivo. Tiene los siguientes objetivos:

1. Suministrar la cantidad de productos que se demandan a los puntos de venta adecuados en el momento exacto y al menor costo posible.
2. Decidir sobre aspectos clave en la distribución física:
 - Transporte y abastecimiento a los puntos de venta.
 - Almacenamiento, embalaje y manejo de materiales.
 - Administración de compras.
 - Administración y control de inventarios.
 - Decisiones sobre el servicio y tiempos de espera para prestación del mismo.

La distribución es el proceso que consiste en hacer llegar físicamente el producto al consumidor. Para que la distribución sea exitosa, el producto debe estar a disposición del potencial comprador en el momento y en el lugar indicado.

La distribución es aquel conjunto de actividades, que se realizan desde que el producto ha sido elaborado por el fabricante hasta que ha sido comprado por el consumidor final, y que tiene por objeto precisamente hacer llegar el producto (bien o servicio) hasta el consumidor.

El Flujo de Materiales es un sistema complejo en donde se busca como objetivo primordial, reducir los costos de operación que implica la movilización de materiales, además de reducir los tiempos de espera o servicio al cliente y brindar satisfacción al operario de los equipos involucrados en el proceso de traslado de material desde su origen hasta su posible destino final, de manera así mantener la eficiencia y efectividad del personal, brindándole los recursos y medios necesarios para la ejecución de las tareas

2.2.5 El Proceso de Distribución y Transporte

El transporte es una actividad necesaria para toda empresa, pues ninguna empresa podría operar sin prever el desplazamiento de sus materias primas, insumos, componentes y el transporte de sus productos ya terminados hacia sus clientes. Todas las industrias tienen desafíos en cuanto a transporte y distribución se trata, por eso lo que se intenta continuamente es ordenar este proceso. Según Bowersox y col. (2007:50), “la entrega precisa de los productos reduce el inventario, el almacenamiento y el manejo de materiales”. Como resultado, el valor del transporte es más grande que simplemente trasladar un producto de un lugar a otro. La meta desde una perspectiva de transporte es maximizar el tamaño de la carga y la distancia del embarque, al mismo tiempo que se cumple con las expectativas de servicio de los clientes.

Todas las industrias tienen desafíos en cuanto a transporte y distribución se trata, por eso lo que se intenta continuamente es ordenar este proceso para así lograr mejorarlo; lo primero para esto es entender los requerimientos de transporte de la organización y diseñar el pronóstico de demanda para satisfacer las necesidades de

sus clientes.

En el campo de la logística y la gestión de la cadena de abastecimiento existen tres jugadores importantes en cuanto al proceso de distribución y transporte se trata; estos son: las compañías de transporte, los proveedores de servicios de logística (LPS) y los intermediarios de servicios logísticos (LSLS). Hoy en día, la tendencia a tercerizar el transporte de la mercadería y los servicios logísticos se ha fortalecido, pues esto ofrece oportunidades de mejora y beneficios tanto para la empresa como para el operador logístico.

Para lograr el éxito en el rubro de la distribución, las organizaciones deben conocer tres puntos claves de sus clientes, tanto internos como externos; estos son: el inventario que se llevará en la organización, construir lealtad con sus clientes y analizar a fondo las debilidades y fortalezas de sus proveedores. Además de esto, se requiere mantener una información completa de los materiales que se transportarán, mejorar la presión y el tiempo de entrega y aprovechar los descuentos por transporte y volumen dentro del proceso de compras. Además en cuanto más información se comparta, el proceso de distribución del material será mejor.

2.2.6 Canales de Distribución

Una de las principales estrategias de distribución lo es el llamado Canal de Distribución, el cual es el conducto que cada empresa escoge para llevar sus productos al consumidor de la forma más completa, eficiente y económica posible. Se puede definir de la siguiente manera Según Peris (2008)

El canal de distribución está constituido por la trayectoria que ha de seguir un bien o servicio desde su punto de origen o producción hasta su consumo, y, además, por el conjunto de personas y/o entidades que permiten la realización de las tareas correspondientes a lo largo de dicha trayectoria. (p. 57).

El canal de distribución representa un sistema interactivo que implica a todos los componentes del mismo: fabricante, intermediario y consumidor. Según sean las

etapas de propiedad que recorre el producto o servicio hasta el cliente, así será la denominación del canal. Las funciones del Canal de Distribución son las que se mencionan a continuación:

- Reúne y distribuye información de inteligencia y sobre todo de investigación de mercado, la cual se requiere para planificar y realizar el intercambio.
- Promociona y difunde de manera persuasiva a la oferta.
- Distribución física por medio de la transportación y almacenamiento de las mercancías.

Las estrategias que se pueden implementar son:

Distribución Intensiva. Se dirige a tener un producto disponible en todos los puntos de venta que los clientes meta desean obtenerlo. El objetivo es lograr ventas masivas, por lo tanto, se necesitan de varios intermediarios; se usa en artículos de conveniencia, comida, etc. Son producto de precio menor y el canal suele ser largo.

Distribución Selectiva. De acuerdo al área se escoge a los distribuidores de acuerdo a ciertos criterios. En este caso la empresa desea que la imagen del producto sea superior para cobrar un sobreprecio, y por ende, alcanzar mayor utilidad.

Distribución Exclusiva. Se seleccionan algunos (o uno) distribuidores para algunas regiones determinadas; muy usual para bienes que necesitan de posicionamiento especial, por ser de uso especializado o de equipo industrial de mayor tamaño. Se desea dar la imagen de exclusividad.

Distribución Cruzada. Es un acuerdo entre dos empresas que trabajan en diferentes mercados y poseen un medio de distribución que les conviene a cada una de ellas el aprovechar en el mercado donde no tienen infraestructura.

Distribución Directa. El productor mismo se encarga de la distribución, es decir, no utiliza intermediarios.

Distribución Dual. Se utilizan dos canales de distribución distintos entre ellos.

Se puede señalar, que los canales de distribución son las vías elegidas por una empresa que un producto recorre desde que es creado hasta que llega al consumidor

final, podría considerarse a los canales de distribución como circuitos definidos y cuyo objetivo final es facilitar el producto por parte de los productores para que los clientes puedan disfrutar de él al adquirirlo.

2.2.7 Logística

Actualmente dentro de una empresa, las necesidades pueden darse de manera internas (aprovisionamiento de bienes y servicios para garantizar el funcionamiento de la organización), o externas (la satisfacción del cliente), donde se determina y coordina en forma óptima el producto correcto, el cliente correcto y el tiempo correcto. Es por ello que la Logística evoluciona en un campo que no tiene límites el cual es manejado desde el punto de vista de un Gerente de Negocios. El término logística es señalado por Mora (2009:30), “como una relación proveniente del campo militar, a través de la adquisición y suministro de los equipos y materiales que se requieren para cumplir una misión”.

Por lo tanto, la logística no es una actividad funcional sino un modelo, un marco referencial: no es una función operacional, sino un mecanismo de planificación; es una manera de pensar que permitirá incluso reducir la incertidumbre en un futuro desconocido.

Por otro lado, Bowersox (2007:22) definen la logística, como “aquella que se enfoca en la responsabilidad de diseñar y administrar sistemas, con el fin de controlar el movimiento y el posicionamiento geográfico de la materia prima, el trabajo en proceso y el inventario terminado al costo total más bajo” Por consiguiente, indican que en todo proceso logístico existen cinco funciones básicas relacionadas al buen desempeño de un plan logístico, los cuales lo conforman:

- Procesamiento de pedidos: este consiste en la capacidad que se tiene `para procesar pedidos de acuerdo a los requerimientos de los clientes, el

procesamiento de estos implica todos los aspectos de administrar las necesidades del cliente.

- La gestión del inventario conlleva la responsabilidad de la cantidad y surtido de materiales de que se ha de disponer para cubrir las necesidades de producción y demanda de los clientes. Este se vincula directamente con la red de la planta y el nivel deseado de servicio al cliente.
- La gestión de la estructura de la planta consiste en una planificación estratégica del número, ubicación, tipo y tamaño de las instalaciones de distribución (almacén, centros de distribución, e incluso de las plantas), modificando la red de la planta de acuerdo a las necesidades de nuevas demandas.
- La gestión del almacenamiento y manipulación de materiales se ocupa de la utilización eficaz del terreno destinado a inventario y de los medios manuales, mecánicos y/o automatizados para la manipulación física.

Se puede entonces observar que la logística es una herramienta integradora de la organización en la cual se deben realizar estudios e investigaciones con el objetivo de realizar mejoras en dicho sistema y así poder lograr una mayor diferenciación ante los clientes gracias a la satisfacción de sus necesidades y a la información estratégica.

Es por ello que la logística cada vez toma mayor participación en las organizaciones como elemento clave para el mejoramiento de la rentabilidad y rendimiento de las empresas y en la economía por la importancia de esta en el mercado nacional e internacional de bienes y servicios.

2.3 Definición de Términos Básicos

Abastecimiento: productos y materiales que ayudan en la producción, pero aún no son aportes contribuyentes del producto.

Cadena de Suministro: la coordinación sistemática y estratégica de las funciones tradicionales de negocio dentro de una empresa en particular y a lo largo de todas las

implicadas en la cadena de aprovisionamiento con el propósito de mejorar el rendimiento a largo plazo tanto de cada unidad de negocio como de la cadena en global.

Cliente: es quien accede a un producto o servicio por medio de una transacción financiera (dinero) u otro medio de pago.

Competitividad: se define como la capacidad de generar la mayor satisfacción de los consumidores al menor precio, o sea con producción al menor costo posible.

Control Administrativo: proceso que utilizan los directivos para influir sobre las actividades, los acontecimientos y las fuerzas de la organización.

Control Contable: comprende el plan, métodos y procedimientos que tienen que ver principalmente y están relacionados directamente con la protección de los activos y de la confiabilidad de los registros financieros

Control de Calidad: participación en el control sobre una actividad económica acortada por medio de un contrato.

Costos de Distribución: el costo de un canal de distribución se mide por el margen de distribución, es decir por la diferencia entre el precio de venta al usuario o consumidor final y el precio pagado al productor por el primer comprador. En el caso de canal indirecto, donde varios intermediarios intervienen en el canal, el margen de distribución está constituido por la suma de los márgenes de los intermediarios sucesivos. El margen de un distribuidor es la diferencia entre el precio al que vende el productor y el precio al que compra.

Eficacia: capacidad de logra los objetivos planteados en una organización en el menor tiempo y con la cantidad mínima de recurso.

Eficiencia: es la capacidad de lograr el efecto en cuestión con el mínimo de recursos posibles viable

Existencias: son los bienes poseídos por la empresa para su venta en el curso ordinario del ejercicio económico, o bien para su transformación o incorporación al proceso productivo. Éstas a diferencia de otros activos, se renuevan luego de una venta o se consumen en la realización del proceso productivo.

Gestión: es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera. Administrar, por otra parte, abarca las ideas de gobernar, disponer dirigir, ordenar u organizar una determinada cosa o situación.

Productividad: relación que existe entre la producción y los recursos empleados, combinado eficiencia y efectividad.

Requerimientos de Materiales: cantidades necesarias de materiales sujetas a un programa de producción

Sistemas: conjunto de actividades relacionadas o interdependientes que se afectan mutuamente para formar una unidad compleja, con el propósito de alcanzar un fin específico.

Stocks: es la cantidad de un bien cualquiera, almacenado y conservado, con el fin de venta o utilización posterior, o con otra finalidad, según sea el caso

Sucursales: puntos de Venta principales ubicados estratégicamente en las capitales y ciudades más importantes de cada estado de Venezuela y en Miami (EE UU). Cada Sucursal realiza sus propios procesos operativos y administrativos. Se trabaja con sobres y documentos.

Taquilla: espacio físico ubicado dentro de una Sucursal o Agencia ZOOM en el que se atiende a los clientes peatonales (servicio de contado) y se realizan las transacciones de Casa de Cambio Zoom.

Valija: es el contenedor de sobres, encomiendas y minicarga en el que viajan los envíos hacia su sitio de destino.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Para llevar a cabo la presente investigación fue necesario definir una metodología adecuada tanto al problema objeto de estudio, como al desarrollo de sus objetivos, a tales fines Tamayo y Tamayo, (2014:91), expresa que: “la metodología constituye la medula del plan; se refiere a la descripción de las unidades o de análisis o de investigación, técnicas de observación y recolección de datos, los instrumentos, los procedimientos y las técnicas de análisis”. Estos aspectos formaron parte de este estudio y describen en el presente capítulo.

3.1 Tipo y Diseño de la Investigación

Este Trabajo de Grado, presenta como objetivo general proponer un plan de acción para la optimización de los procesos de distribución en la empresa Zoom International Services, C.A. A tales fines, se partió de un diagnóstico de la situación actual del proceso de distribución, así como de las debilidades presentes en la localización y control del mismo. En consecuencia, la investigación se ubica bajo la modalidad de un proyecto factible, conceptuado en el Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2016), como:

(...) investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos (...) debe tener apoyo en una investigación documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades (p.21).

De acuerdo con el referido manual, para el desarrollo de un proyecto factible, se siguen las siguientes etapas: diagnóstico, planteamiento y fundamentación teórica de la propuesta; procedimiento metodológico, actividades y recursos necesarios para su ejecución; análisis y conclusiones sobre la viabilidad y realización del Proyecto. El diseño de la investigación se considera de campo con un nivel descriptivo. Arias (2014) señala que se entiende por investigación de campo:

Al análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoque de investigación conocidos o en desarrollo. Los datos de interés son recogidos de forma directa de la realidad; en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales o primarios. (p.57).

De este modo, es una investigación de campo, ya que se hará el acopio de testimonios en el mismo lugar donde ocurran los hechos para obtener información de primera mano sobre la situación actual en cuanto a los proceso de distribución que presenta la empresa Zoom International Services, C.A. Asimismo, se enmarca en un nivel descriptivo. Tamayo y Tamayo (2014), señalan que la investigación descriptiva

Es aquella que comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones o sobre como una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente. (p 54).

Se considera una investigación descriptiva, dado que por medio de la misma se trata de obtener información acerca de un fenómeno o proceso, para describir sus implicaciones, sin tomar mucho interés en conocer el origen o causa del problema. En este caso, describir y analizar los factores que inciden en el proceso de distribución para el establecimiento de un plan de acción en la empresa.

3.2 Fases Metodológicas

La investigación se lleva a cabo a través de tres fases metodológicas, que se presentan a continuación:

Fase I. Diagnóstico de la situación actual en cuanto a los proceso de distribución que presenta la empresa Zoom International Services, C.A.

Con la finalidad de diagnosticar la situación actual del proceso de distribución, en esta primera fase, se empleará como técnica de recolección de información la encuesta. Méndez (2010: 124), establece que: “Este método consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionada por ellos mismos, sobre opiniones, actitudes o sugerencias”. El instrumento que se utilizará para tal fin, será el cuestionario, que según Sabino, (2014) lo define como:

Un instrumento escrito que debe resolverse sin interacción del investigador, el cuestionario establece provisionalmente las consecuencias lógicas de un problema que, aunada a la experiencia del investigador y con la ayuda de la literatura especializada servirán para elaborar las preguntas congruentes con dichas consecuencias lógicas (p 72).

Este cuestionario será estructurado con preguntas cerradas (SI/NO) y se aplicará a la población objeto de estudio. Arias (2014:17), señala que “la población o universo se refiere al conjunto para el cual serán válidas las conclusiones que se obtengan a los elementos o unidades (personas, instituciones o cosas) a los cuales se refiere la investigación”. En esta oportunidad se determina que está conformada por 10 trabajadores que están ligados a la problemática en estudio. En cuanto a la muestra, Arias (2014: 83), señala que “Es un subconjunto representativo finito que se extrae de la población accesible”, Por consiguiente, se puede establecer que representa a un subgrupo de la población objeto de estudio y que se extrae cuando no es posible medir a cada una de las unidades de dicha población, por tanto debe ser

representativa. En el caso del presente estudio, la población tiene un número relativamente pequeño de elementos, lo que hace posible que se tome el cien por ciento (100%) de la misma para la muestra.

Fase II. Análisis de los factores que inciden en el proceso de distribución para el establecimiento de un plan de acción en la empresa Zoom International Services, C.A.

En esta fase se analizarán los factores que inciden en el proceso de distribución para el establecimiento de un plan de acción en la empresa Zoom International Services, C.A., para lo cual se empleará como herramienta la Matriz DOFA. De acuerdo a Chapman (2005):

Es una herramienta utilizada para la formulación y evaluación de estrategia. Generalmente es utilizada para empresas. Este análisis consiste en evaluar las Fortalezas y Debilidades que están relacionadas con el ambiente interno (recursos humanos, técnicos, financieros, tecnológicos, etcétera) y Oportunidades y Amenazas que se refieren al entorno externo (Micro ambiente: Proveedores, competidores, los canales de distribución, los consumidores) (Macro ambiente: economía, ecología, demografía, etcétera) de la empresa. (p. 82).

Con la aplicación de la Matriz DOFA se realizará el análisis interno (debilidades y fortalezas) y un análisis externo (oportunidades y amenazas) para identificar los elementos relacionados al proceso de producción. Con la información obtenida se diseñará el plan de acción para la optimización de los procesos de distribución en la empresa Zoom International Services, C.A

Una vez aplicado los instrumentos de recolección de datos, se procede al análisis estadístico de la información., es decir, se utiliza la estadística descriptiva para analizar los datos obtenidos en el cuestionario. Bisquerra (2010: 82) señala que “presenta información en forma conveniente, útil y comprensible y se utiliza en

conjuntos finitos para presentar, organizar analizar los datos, comparar y luego comunicar” En este sentido, se procederá al tratamiento de la información, la cual comprende su organización, codificación, clasificación y tabulación, lo cual facilitará la presentación de los resultados de la investigación.

Fase III. Diseño de un plan de acción para la optimización de los procesos de distribución en la empresa Zoom International Services, C.A

Una vez realizado el diagnóstico de la situación actual en cuanto a los procesos de distribución que presenta la empresa Zoom International Services, C.A., así como el análisis de los factores internos que influyen en el proceso de distribución, se elaborara la propuesta de un plan de acción para la optimización de los procesos de distribución en la empresa, la misma se estructura de la siguiente manera;

Presentación y justificación de la propuesta

Objetivo general y específicos de la propuesta

Factibilidad de la propuesta

Desarrollo de la Propuesta

CAPÍTULO IV

LOS RECURSOS

4.1 Recursos Humanos

Los recursos humanos necesarios para llevar a cabo el proceso de investigación, lo conforman los tutores estipulados por la Universidad José Antonio Páez, los trabajadores de la empresa Zoom International Services, C.A., el investigador y todas aquellas personas que contribuyen al desarrollo del trabajo de grado.

4.2 Recursos Institucionales

Están conformados por las instituciones que sirven de apoyo en la información solicitada, tales la biblioteca de la Universidad José Antonio Páez, de igual manera, se consultaron trabajos y tesis de otras universidades nacionales e internacionales, a través de la red (Internet).

4.3 Recursos Materiales

Se utiliza material bibliográfico, como lo son textos actualizados de diferentes autores con respecto al proceso distribución y transporte. También de otros investigadores que han realizados estudios referente al tema estudiado, así como también se contó con el recurso Internet, computadora, impresora, fotocopias, grabadoras, papel, fax, entre otros

4.4. Tiempo.

Se describen en forma progresiva las actividades a realizar en el tiempo, para asegurar el cumplimiento de los objetivos y metas de la investigación, a través de un cronograma de actividades.

Cronograma de Actividades

Tabla No 1. Cronograma de Actividades

Año: 2018

Actividades	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Total Meses
Planificación de la investigación								3
Prueba del instrumento								2
Aplicación del instrumento								2
Recolección de los datos								3
Análisis e interpretación de los datos recabados								3
Redacción del Informe Final								2
Defensa								1
TOTAL								16

Fuente: Arteaga (2018)

REFERENCIAS

- Andrade Robert, Trujillo Javier. **Evaluación del Componente Tecnológico en el Proceso Logístico vinculado a la Distribución de Productos Básicos: Caso Industrias Diana C.A.**
- Arias, Fidias. (2014) **El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica.** 6ª edición. Caracas, Venezuela: Editorial Episteme.
- Bisquerra, Rafael. (2010). **Metodología de la Investigación Educativa.** 2da.Edición. Madrid. Editorial la Muralla, S.A.
- Bowersox, Donald; (2007). **Administración y Logística en la Cadena de suministros.** Segunda Edición. Editores Mc Graw Hill. México.
- Cueva, Luis y Pérez, Pierre (2015),, **Rediseño de Procesos de Recepción, Almacenamiento, Picking y Despacho de Productos para la mejora en la Gestión de Pedidos de la empresa Distribuidora Hermer en el Perú**”, presentado en la Universidad San Martín de Porras, Lima Perú.
- Díaz Castro, Enrique; Navarro García, Antonio. (2014). **Naturaleza de la Distribución.** Del libro Distribución comercial de McGraw-Hill / Interamericana De España, S.A.
- Franklin, Enrique (2009). **Organización de Empresas.** Segunda Edición. McGraw Hill, 2009.
- Hernández, Luis y Peña Jarson. **Plan logístico Inverso para minimizar las Diferencias del Inventario del Material de Empaques en la empresa Cervecería Polar Planta Metalgráfica C.A.** presentado en la Universidad José Antonio Páez.
- Malho De Abreu, Diana Karina (2014). **Diseño de un Plan de mejoras de los Procesos Operativos de Distribución en la Zona Metropolitana de Caracas, para una empresa de Servicio de Encomiendas.** Trabajo especial de grado presentado ante la Universidad Católica Andrés Bello.
- Méndez Carlos. (2010). **Metodología, Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación.** Colombia: Editorial Mc.Graw Hill.
- Mora, Luis (2009). **Gestión Logística Integral. Mejores Prácticas en la Cadena de abastecimiento.** Ecoe Ediciones, Bogotá.

- Münch, Loudes y García, José (2008). **Fundamentos de Administración**. Editorial Trillas, S. A de C.V. España.
- Peris, Miguel (2008) **Distribución Comercial**. 6ª edición. Madrid, España: ESIC Editorial.
- Pra Martos Inmaculada (2016). **Dirección Financiera, un enfoque práctico**. Editorial: S.A. Mcgraw-Hill / Interamericana de España.
- Segnini, Oscar (2017). **Estrategias para la aplicación de Controles en el Ciclo Logístico de la empresa BTP Distribuciones S.A.**”, presentado en la Universidad José Antonio Páez.
- Serna Gómez, Humberto. (2010). **Gerencia Estratégica**. Bogotá, D.C. 3R. Editores.
- Tamayo y Tamayo Mario. (2014). **El proceso de la investigación científica**.4ta Edición. México. Ediciones Limusa.
- Universidad pedagógica Experimental Libertador (2016). **Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales**. Vicerrectorado de proyectos Especiales: Caracas, Venezuela.
- Urquiola, Victor. (2009). **Metodologías de los Planes de Acción**. 2da ed. México: Panorama.