

Seminario De Investigación

Lisa D. Puerto, Darling S. Galindo y Jenny P. Valencia

Corporación Universitaria Unitec

Facultad de Mercadeo Y Publicidad Virtual

CP - 7701A Seminario De Investigación

Cesar Medina, Docente Investigador

Mayo 22, 2023



Tabla de Contenido

| | |
|---|----|
| Tabla de Contenido | 2 |
| Título..... | 4 |
| Introducción | 4 |
| Justificación | 5 |
| Planteamiento del problema..... | 6 |
| Pregunta de investigación | 7 |
| Objetivo general..... | 7 |
| Objetivos específicos | 7 |
| Marco teórico | 7 |
| Teoría de la internacionalización:..... | 8 |
| Teoría del crecimiento empresarial:..... | 8 |
| Modelo de Uppsala: | 8 |
| Figura 1 | 9 |
| Estado del arte..... | 10 |
| Tema | 10 |
| Palabras clave: | 10 |
| Historia de la logística | 11 |
| Importancia de la logística en las pymes: | 12 |
| Las Tics en procesos de modernización en la logística de las pymes..... | 13 |
| Contratiempos en las entregas | 14 |



| | |
|---|----|
| Hubs logísticos, para el mejoramiento de las pymes | 15 |
| Just in time (Justo a tiempo) Implementado para pymes | 17 |
| Proceso logístico de exportación | 18 |
| Figura 2 Proceso logístico de exportación | 18 |
| Marco metodológico | 19 |
| Enfoque: | 19 |
| Enfoque cualitativo: | 20 |
| Muestra / Población: | 20 |
| Instrumento: | 20 |
| Criterios de inclusión: | 20 |
| Cuadro 1:..... | 22 |
| Análisis e interpretación de resultados | 23 |
| 1. ¿Cree usted necesario que para que una empresa este posicionada en el mercado debe prestar sus servicios internacionalmente?..... | 23 |
| 2. ¿Considera que, si TransVolcarga realiza entregas internacionales, aumentaría el nivel de credibilidad como empresa de envíos? | 23 |
| 3. ¿Con que frecuencia considera que una empresa debería realizar envíos a nivel internacional?..... | 23 |
| 4. ¿Debería TransVolcarga innovar en los envíos internaciones teniendo en cuenta los costes de flota logística? | 24 |
| 5. ¿Cree importante que para TransVolcarga realizar envíos internaciones debería implementar el manejo de proveedores tercerizados? | 24 |
| Elementos que abarca la logística de exportación: | 24 |



| | |
|---|----|
| Planeación: | 24 |
| Un equipo bien organizado: | 24 |
| Entiende bien el producto: | 25 |
| Analiza bien las opciones de transporte:..... | 25 |
| Aprovecha la innovación tecnológica:..... | 25 |
| Figura 3 Elementos que abarca la logística de exportación:..... | 26 |
| Cuadro metodológico del proyecto:..... | 26 |
| Conclusiones..... | 28 |
| Recomendaciones | 29 |
| Bibliografía | 30 |

Título

Desafíos y retos en la logística de distribución internacional para TransVolcarga S.A

Introducción

Hoy día, las empresas son cada vez más exigentes y buscan una gestión eficiente donde puedan obtener mejores beneficios en su proceso logístico sin comprometer la calidad y la esencia del producto o servicio ofrecido. En este sentido, la calidad de la gestión y el proceso logístico ayuda a obtener una adecuada distribución de los productos al menor costo y con excelente servicio al cliente.



La investigación que se presenta se realizó con la empresa Transvolcarga que se proyecta como una empresa líder en el transporte público terrestre de carga, con un alto grado de confiabilidad en el mercado nacional para satisfacer las necesidades de sus aliados estratégicos logrando tener un gran impacto y es por eso como investigadores queremos mostrar a la empresa la importancia de la expansión a nivel internacional en donde puedan aumentar su capacidad logística y aun así poder llegar a otros lugares para brindar una experiencia de alta calidad a más personas en el mundo.

La metodología a emplear para esta investigación se basa en el conocimiento y experiencia de personal con trayectoria en temas en logística y distribución para poder mostrarle a la empresa TransVolcarga S.A las oportunidades que tienen como compañía, es por ello que se realizaron entrevistas a personas expertas en el tema quienes permiten aclarar y solucionar las diferentes incógnitas que se puedan generar a lo largo de la entrevista.

Justificación

Acorde a la necesidad, esta investigación se realiza con el fin de expandir la compañía, para ello se identifican las diversas necesidades. Inicialmente se deben tener los beneficios de expandir los servicios, plantear el costo versus beneficio, identificar las posibles desventajas y proyectar las ventajas de la internacionalización.

Adicional , se debe identificar las estrategias cuya eficiencia sea la más alta, este concepto involucra a todas las áreas de la operación que incluyen el transporte, el almacenamiento y la distribución en general, dicho lo anterior, se identifican aspectos favorables como la disminución en los tiempo de las entregas incrementando la calidad del servicio y la satisfacción del cliente lo que permite incrementar el área de cobertura y tener ventajas

competitivas frente a otras transportadoras reflejando ingresos mayores , reduciendo gastos innecesarios y minimizando pérdidas de tiempo de la operación.

Dando a conocer la compañía y aumentando la competencia, se tienen más oportunidades de crear continuamente eficiencias operativas, lo que influye en tener a los clientes satisfechos ya que los consumidores van a tener más variedad a la hora de elegir creando una ventaja competitiva.

Al momento de analizar las limitaciones de la compañía, es importante atacar los puntos críticos de los que no se tengan conocimiento, como identificar la normativa del país objetivo frente al comercio exterior, trazar la cobertura a la cual se quiere llegar , seleccionar personal capacitado y con trayectoria en temas logísticos que esté motivados y sean capaces de afrontar nuevos desafíos, la inclusión apropiada de estos aspectos mencionados anteriormente, podrían dar resultados fructíferos para el objetivo de esta investigación

Planteamiento del problema

La empresa TransVolcarga es una empresa que ofrece un servicio terrestre, pero no han logrado llegar al exterior limitando el crecimiento y expansión, lo cual reduce su capacidad para ser competitiva y oportuna ante los cambios en el mercado, identificamos que tienen grandes barreras como lo son: la mala gestión de los recursos, experiencia del usuario, la gestión de la información y los costes elevados de transporte.

La falta de recursos y conocimiento hace que la empresa no quiera involucrar sus servicios, ya que son altos los costos en países donde su demanda puede llegar a ser muy baja y es muy importante que las empresas sean competitivas, más cuando se trata de empresas que prestan servicios de logística en envíos como lo es la empresa TransVolcarga lo cual hace que

pierda la oportunidad de crecer en el mundo y es allí donde nos preguntamos ¿Es importante para una empresa que presta servicios de entregas de mercancías, contar con envíos internacionales para crecer en el mercado?

Pregunta de investigación

¿Cuáles son los principales desafíos y retos que tiene la empresa Transvolcarga en la logística para ser un operador que realice entregas a nivel internacional?

Objetivo general

Lograr que TransVolcarga S.A se posicione en el mercado brindando servicios de envíos a nivel internacional.

Objetivos específicos

1. Analizar por qué la empresa logística aún no ha incursionado en hacer envíos internacionales.
2. Identificar las ventajas y desventajas de realizar envíos nacionales e internacionales.
3. Lograr estrategias que le ayuden a Transvolcarga a posicionarse en el mercado y poder hacer su expansión logística a otros lugares y/o países.

Marco teórico

Se tendrán en cuenta dos teorías que ayudarán a comprender estructuralmente y académica el desarrollo de la internacionalización, la logística e Innovación en las Pymes que se plantean como las estrategias esenciales las cuales se deben proponer en las compañías sin importar su tamaño, para poder llegar a la internacionalización empresarial con éxito.



Teoría de la internacionalización:

Esta teoría surge a partir de una suposición del comercio internacional, Desarrollada por Buckley y Casson en 1976 y por Rugman en 1979, Manifiesta que los países deben especializarse en aquellos productos y servicios que tienen menores costos, sugiere que los países deben exportar aquellos recursos en los cuales son abundantes, asequibles y eficientes en producir, e importar aquellos que representan un mayor costo de producción, mayor movimiento, recursos que son escasos. (Paulo Nunes, 2017)

Teoría del crecimiento empresarial:

Penrose (1962), Tiene la teoría, El crecimiento de una empresa se debe a factores internos y externos, el primero son aquellos (PRC) procesos que pertenecen a las actividades internas de una empresa, los responsables directos son los directivos y administrativos, toda la coordinación de los recursos humanos en la empresa, Ellos se encargan de que todas las actividades de la empresa se encuentren en correcto funcionamiento.

Factores externos, son los que determinan la correcta ejecución y cumplimientos de las metas de la compañía por medio de la inversión de los accionistas, el personal dispuesto en los procesos logísticos, sino también en la gestión de los recursos con los cuales ya cuenta la empresa, Enriqueciendo, obteniendo mayores oportunidades de internacionalización. (Docentes Alejandro García Garnica* y Eunice Leticia Taboada Ibarra, 2012)

Modelo de Uppsala:

Es un modelo explicativo que surge a partir del proceso de internacionalización, se refiere al estudio que se desarrolla dentro de una empresa que va a iniciarse en el mercado internacional, cuando la empresa es pequeña es más cerrado este concepto, entre mayor tamaño tenga la empresa mayor es el conocimiento sobre los mercados extranjeros.

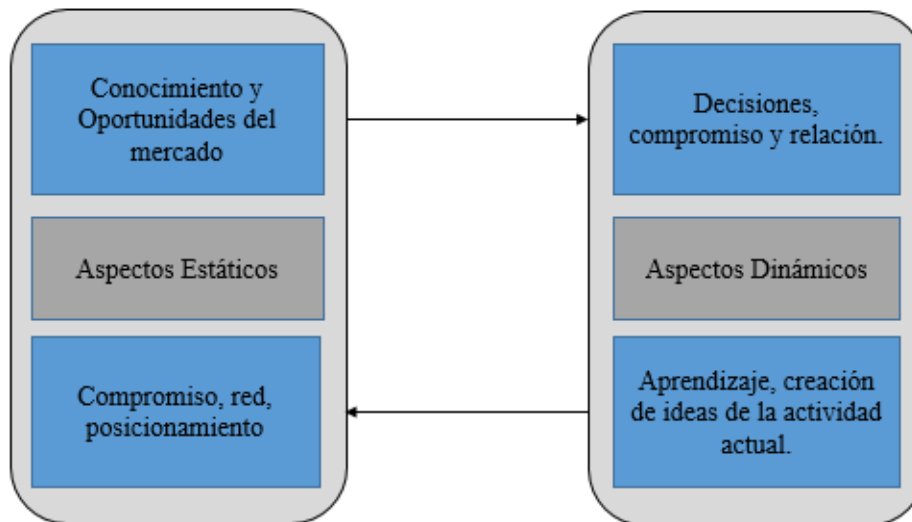
Fases para Internacionalización exitosa:

1. Actividades ocasionales de exportación.
2. Exportaciones por medio de terceros.
3. Establecimiento de una sucursal comercial en el país extranjero.
4. Establecimiento de unidades productivas en el país extranjero.

Los autores ingeniaron una serie de escalas o niveles que la empresa debe realizar, cada vez que la empresa se adapte a cada paso se va incrementando el acercamiento a mercados exteriores. (Posted by daviddematiasbatalla in Teorías, 2013)

Figura 1

Modelo Uppsala procesos de internacionalización.



Fuente: Elaboración Propia, Modelo Uppsala de Procesos Internacionales.

Con la aplicación de este modelo, se pueden evidenciar obstáculos que deben responsabilizaren las empresas que se internacionalizan como la falta de conocimiento del

mercado y la falta de experiencia. Estas dificultades pueden ser aliviadas por medio de estudios y con un panorama más amplio la empresa debe tomar decisiones progresivas en el mercado internacional.

Estado del arte

Tema

Implementar para la empresa TransVolcarga S.A la modernización de la operatividad en su logística, distribución y realizar entregas al usuario o consumidor a nivel internacional, con el fin de aumentar su crecimiento a nivel competitivo.

Palabras clave:

Pyme

Modernización

Logística

Distribución

Operatividad

Exterior

Crecimiento

Competitivo

Consumidor

Hob

Logística

Just In Time



Historia de la logística

En los años 30 y 40 se comienza a implementar otro tipo de concepto de logística, la logística militar dando abastecimiento en armamento, intendencia y suministros. (JAVIER MELERO , 2017) A la hora de emprender sus batallas tenían que organizar toda la logística para así poder llevar suministros a los lugares donde estaban situados los puestos de control.

En los años 50 la logística como subproducto, ya comienza a evolucionar, preocupándose en la entrega final y centrándose en canales de distribución.

Llegan los años 60 y con ellos llega la nueva logística, comienzan a implementar lugares de distribución básica.

En los años 70, mucho más enfocados en el cliente final. Se convierte en un requisito.

Un impacto bastante relevante en los años 80 se consigue sinergia entre el abastecimiento, la manufactura y la distribución, dando esto a un avance muy importante entre la organización y evolución logística. (TRANSEOP, 2023) Just In Time, Justo a Tiempo, es tener una serie de ventajas para la mejora de la cadena de abastecimiento.

Con los años 90 llega un pico muy alto todo el tema de la logística debido al alto crecimiento de la tecnología y nuevos avances, se mejoran los canales de distribución, la demanda de transportes por las altas cantidades de mercancías represadas obliga al mejoramiento de los procesos de logística.

Desde el 2.000 hasta la fecha, con el avance tecnológico, casi todas las compañías cuentan con sistemas automatizados, hay una buena conexión y con el desarrollo de las flotas, transporte en general a nivel nacional e internacional, apoyándose en las nuevas tecnologías

como el código QR para distintos usos y procesos, avances en los seguimientos de las rutas en tiempo real.

Ya no solo se encarga de clientes frecuentes y proveedores, centrados y enfocados en las microempresas, medianas compañías y multinacionales, según el requerimiento y la necesidad de cada involucrado.

El control de los inventarios es una de las actividades más complejas por esta razón siempre debe tener un área encargada directamente:

1. Seguimiento de los artículos del inventario y su ubicación CEDI o bodega.
2. Recepción, almacenamiento, organización y traslado de toda la mercancía.
3. Controlar la buena rotación de los artículos en stock.
4. Integración al sistema de SKU o códigos de barras.
5. Tener el suficiente abastecimiento para poder ofrecer oportunamente a todos los

almacenes siempre ha sido un problema, por el tema de movilidad, impacto ambiental, emisión de gases y de efecto invernadero.

Por ejemplo; desde el punto de vista de ventas, lo mejor sería disponer de la mayor cantidad posible de mercancía, artículos, para responder a la demanda de los clientes. No obstante, al deseo de ventas se ven reflejados los aspectos de movilidad y el de manejo de almacenes, en las distintas ciudades.

Importancia de la logística en las pymes:

El sector de la logística tiene una enorme relevancia en sí mismo, pero sobre todo genera un efecto de tracción del desarrollo del sector privado y del crecimiento en el resto de los actores económicos de un país o una región. Una logística eficiente y accesible a todos constituye un

elemento clave para que las empresas de determinado país o región en general, y en particular sus pymes, puedan competir con éxito en este nuevo marco global (C.Kirby, N.Brosa, 2011)

La apertura de los mercados y la globalización de las cadenas de suministro demandan cambios estructurales en los que la logística juega un papel estratégico. Actualmente, los clientes evalúan la calidad del producto, el valor agregado del mismo y su disponibilidad en tiempo y forma, de ahí la necesidad de hacer eficientes los procesos. Diversos expertos han propuesto modelos de gestión logística para elevar la competitividad en el mercado; algunos de ellos son ambiciosos para las pequeñas y medianas empresas (Pyme) debido a la estructura informal y carencia de conocimientos técnicos de las mismas (Cano et al, 2015).

La logística juega un papel importante en las empresas como lo dice González Correa, J. A. (2015), quien sostiene que: .En este momento, la buena logística se convierte en una ventaja competitiva para las empresas, pues de su desarrollo surgen las inmensas oportunidades de rentabilidad (optimización de niveles de inventario), de eficiencia (optimización de la red de distribución) y de diferenciación ante el cliente (entregas completas y a tiempo) (Lorduy et al., 2018).

Las Tics en procesos de modernización en la logística de las pymes

Las tecnologías de la información y comunicación TIC han tenido un papel muy importante logrando convertirse en una herramienta para las operaciones de la empresa consiguiendo mayor eficacia y eficiencia en la reducción de costos y gestión de inventarios. Sin embargo, las TIC han ido evolucionando a través del tiempo y esto hace que las empresas tengan que innovar, capacitar y actualizarse iniciando como procesos de la logística interna los códigos de barras, sistemas administración de bodegas y sistemas de ejecución de procesos para llegar a lo que llamamos procesos globales correspondiente a sistemas electrónicos de datos,

identificación por radiofrecuencia RFID, sistema de planeación de recursos ERP, planeación de requerimientos de materiales MRP, voice picking y automatización (Romero, 2019).

La creciente demanda tecnológica ha facilitado la internacionalización de las Pymes, que han puesto como elemento clave a la tecnología, a través de mejorar la exposición de productos o servicios mediante la innovación; considerándose un plus o ventaja competitiva. Para la Pymes es necesaria la innovación, dado que esto obtendría un potencial para competir, ser destacado entre la competencia, permitiendo cambiar sus procesos manuales a métodos automatizados (Quijije, 2021).

Las TIC's, se han convertido en un medio de desarrollo empresarial y fuente de ventaja competitiva. La Asociación Americana de las Tecnologías de la Información (Information Technology Association of America, ITAA), define que las TIC's son: el estudio, el diseño, el desarrollo, el fomento, el mantenimiento y la administración de la información por medio de sistemas informáticos, esto incluye no solamente la computadora, el medio más versátil y utilizado, sino también los teléfonos celulares, la televisión, la radio, los periódicos digitales, etc. (Correa, 2009).

Contratiempos en las entregas

La interacción entre el suministro y la demanda de productos ha evolucionado de manera exponencial al ritmo de los negocios, con una personalización creciente en las entregas y en la digitalización de las operaciones. A pesar de los cambios presentados, estos ambientes de negocios están sujetos a las condiciones de las ciudades: la infraestructura (vías, estacionamientos, áreas de carga y descarga, almacenes), la señalización y el espacio público con una dinámica diferente; lo cual, representa un problema para la distribución de

mercancías [3], considerando sus externalidades como la congestión de tráfico, ruido, contaminación ambiental, inseguridad vial y disminución de la competitividad de las operaciones logísticas, además de sus actividades relacionadas (Maraví et al., 2019)

La cuarta revolución industrial está generando un crecimiento muy importante en la demanda a través de las ventas online. La reacción de la compañía para cumplir con este reto está en la correcta segmentación de estas solicitudes para tomar las decisiones que aporten a la calidad del servicio, siendo un error claramente identificado la falta de confirmación con el destinatario antes del despacho de su entrega ya sea por medio de una llamada telefónica, mensaje de texto o email (Ortiz et al., 2019).

Hubs logísticos, para el mejoramiento de las pymes

Un Hub Logístico es un espacio donde se almacenan cargas de mercancías para ser enviadas a cada cliente o distribuidor. Según su capacidad de almacenamiento puede situarse en zonas logísticas cercanas a los puntos de venta o distribución. También, pueden ser tan grandes estos centros logísticos que sirven para almacenar y distribuir mercancías a redes logísticas, pasa cuando el Hub se ubica en una de las entradas de mercancías más grandes en un país, ya sea por estar en un aeropuerto o en un puerto.

Si tuviéramos un Hob en cada ciudad con la capacidad de abastecimiento y Stock para los clientes de la zona, podemos cumplir con tiempos de entrega, abastecimiento ilimitado, no tendrían que esperar mercancía de un puerto o de un Hob masivo, dependerían todos los distribuidores y clientes de los Hobs principales en cada ciudad. Con mercancía desde el proveedor hacia el cliente abastecido, mejora considerablemente los procesos logísticos en las pymes.

El mundo financiero.com es un diario online y expone el movimiento y el avance de los Hubs en Europa. España cuenta con la malla vial más larga y de alta velocidad de Europa, dos de los aeropuertos muy bien organizados, la tercera con el mayor flujo y movimiento de contenedores, posicionada geográficamente. Gracias a su buena infraestructura vial tiene acceso de mercancía por estado terrestre, ferroviaria, aérea, y marítima. (EL MUNDO FINANCIERO.COM, 2022)

Presidencia de la República Dominicana manifestó en su página Web están creciendo en un más del 140% en el 2021 en el área logística, Además, según hasta octubre de 2021 se han movido 671,275 y 1,093.06 toneladas de mercancía aérea. (AGENCIA EFE, 2022) En el mismo año la empresa Mondeléz tuvo unos ingresos de aproximadamente 28,700 millones de dólares, tomando el puesto número uno en ventas de snacks salados y dulces.

Se puede decir que las tecnológicas implementadas en las operaciones de Aduanas ha sido la clave para este crecimiento, además de la Ley de Aduanas Núm. 168-21 que implementaron para mayor transparencia en todos los procesos. (PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DOMINICANA, 2022)

El Grupo Puerto de Cartagena, plataforma logística y portuaria del Caribe el siglo XX y con los avances tecnológicos del siglo XXI, llegaron cambios para poder amortiguar todos los abastecimientos de mercancía, se aumenta el transporte, el comercio local y el comercio exterior. Aprovechando la inauguración del Centro de Distribución Logística de Contecar, inaugurado el día 05 de octubre de 2011 por el ministro de Transporte. (ALCÁZAR, 2011)

Los países con mayores entradas marítimas según los estudios marítimos de línea de la UNCTAD del tercer Q3 del 2020, Ecuador, Panamá, México, Colombia y Perú. De los primeros 5 puertos Cartagena, Callao, Guayaquil, Manzanillo (PA) Manzanillo (MX) según los datos de

conectividad del transporte Marítimo para la región, desde el primer Q1 de 2006 al tercer Q3 del 2020, Cartagena mantuvo un crecimiento hasta llevar al primer lugar seguido de callao.

Información representada en (UNCTAD, 2020)

Just in time (Justo a tiempo) Implementado para pymes

El sistema JIT (siglas en inglés: Just in time) nace como un enfoque vanguardista en el área de operaciones de la empresa. Busca que los Proveedores o clientes sean atendidos justo en el momento que sea solicitado, en la cantidad pedida, con calidad de primera y mediante un proceso minucioso que permite medir el inventario cuidando que se encuentre con el menor despilfarro, perdida o coste desfavorable. El despilfarro se define como gastos adicionales para el cliente y para la empresa; Ese uso de recursos mal administrados, mano de obra, tiempo, energía, equipos, Etc. No da ningún tipo de rentabilidad y es donde el método JIT, entra en operación, mejorando todos los aspectos de una campaña que mal gasta por desconocimiento.

Tookane software que se adapta a tu logística un blog en donde presenta los métodos de ejecución JIT tienen como propósito generar un buen almacenamiento de productos con la suficiente flexibilidad para acoplarse a los cambios de la demanda, al mismo tiempo que se intentan mantener el menor despilfarro nombrados en el apartado anterior. Nombrando marcas conocidas como ejemplo Dell, Toyota y Harley Davidson, la utilidad de las Técnicas JIT.

(Tookane, 2021)

Japan Training Center LATAM realizaron una evaluación con la filosofía de la mejora bajo al enfoque de las técnicas JIT dentro de la producción de Toyota. Comenzaron las operaciones en la planta de Koromo en el año 1938-1939, se estableció una oficina específica para mejorar la comunicación entra las áreas asignadas. En eso años Kiichiro señaló a este método como el concepto "Just-in-Time". Hacer todo respetando los tiempos de entrega y

calidad a los clientes, con este principio la eficiencia aumenta. (JAPAN TRAINING CENTER LATAM, 2022)

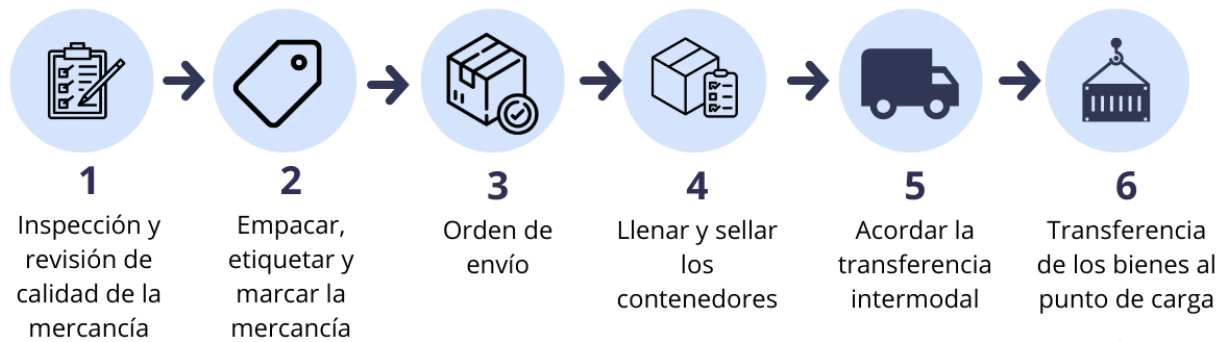
Universidad de los Andes nos enseñan los debates de expertos en las áreas logística verde y sostenibilidad, Alan McKinnon profesor de logística, Kuehne Logistics University Homburg, aporta innumerables estudios, mesa redonda, foros Internacionales de Transporte donde se realizan los debates más importantes sobre la evolución logística, cadena de suministros, variación del clima y uno de los nuevos campos en la logística verde, en donde se ve reflejado las problemáticas, de investigar un campo donde los cambios climáticos y ecológicos son muy cambiantes. (Universidad de los Andes, 2018)

Proceso logístico de exportación

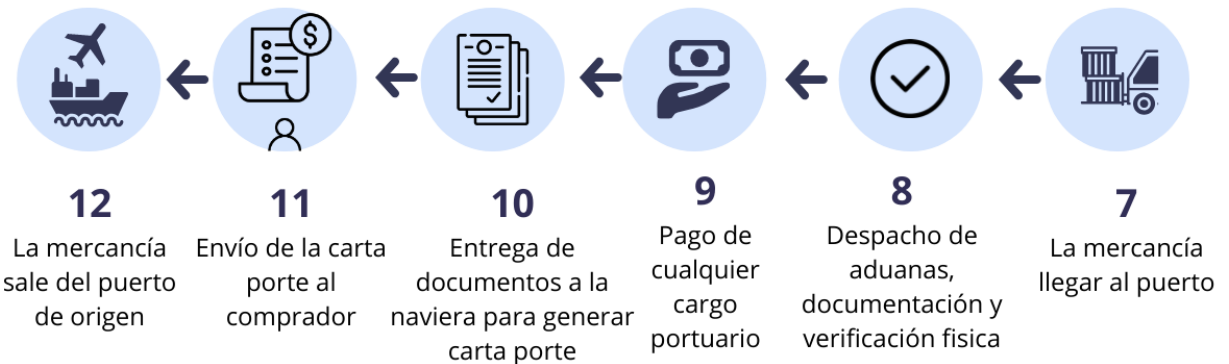
Este es un diagrama general para comprender paso a paso como opera el sistema integrado de logística para exportación en caso de que la empresa TransVolcarga S.A empleara el modelo de internacionalización

Figura 2 Proceso logístico de exportación





Proceso de logística de exportación



Nota: Adaptado de Proceso logístico de exportación [Imagen] por A Ortiz, 2020

<https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/logistica-exportacion>

Marco metodológico

Enfoque: Dado que como estudiantes investigamos sobre la empresa Transvolcarga, identificamos que dicha empresa no cuenta con un cubrimiento de envíos internacionales y es por eso que optamos por realizar una encuesta a personal que trabaja en el área de transporte y personas expertas en el ámbito logístico de la misma empresa, identificando la problemática y las necesidades.

Enfoque cualitativo: En este capítulo analizamos los resultados obtenidos a través de las encuestas al personal experto en el tema a tratar con el objetivo de conocer su perspectiva que tienen con referencia al tema de investigación para lo cual elaboramos una tabla en donde colocamos los datos obtenidos.

Muestra / Población: Personal involucradas en el área logística y de distribución donde expondrán su punto de vista de acuerdo a las preguntas realizadas para la investigación.

Instrumento: logística de envíos en otros países y no solo involucrase en Colombia.

Criterios de inclusión: En esta investigación se manejarán técnicas de recolección de datos, basadas en entrevistas los cuales tengan contacto directo o indirecto con los procesos logísticos dentro de la compañía con estos datos recopilados se obtienen datos precisos que permitan el análisis de los factores a estudiar.

Con la elaboración de la entrevista se relacionarán preguntas respecto a la importancia del proceso y eficacia logístico de Transvolcarga y en el desarrollo de este ejercicio se pretende identificar las falencias que presentan y afectan la ejecución de la actividad de Internacionalización durante el proceso logístico.



| | |
|------------------------|--------------------------------------|
| Tipo de estudio | Cualitativo |
| Muestra | Hombres y mujeres mayores de 30 años |
| Tamaño de la muestra | 4 personas del área de distribución |
| Tipo de estudio | Aleatorio Simple |
| Instrumento | Entrevista |
| Fecha de Campo | May-16 |
| Resultados | May-18 |
| Análisis de Resultados | May – 20 |



Se lleva a cabo la entrevista con el fin de obtener resultados para el análisis de los mismos:

| Preguntas | Encuestado 1 | Encuestado 2 | Encuestado 3 | Encuestado 4 |
|--|---|--|--|---|
| 1. Cree usted necesario que para que una empresa este posicionada en el mercado debe prestar sus servicios internacionalmente? | Para mi si, ya que si es una empresa de confianza y esta en otros países, puedo llegar a utilizarla. | No, ya que no necesariamente los envíos tienen que ser en el exterior para posicionarse como empresa de distribución | Si siempre y cuando sean envíos bastante grandes. | Si, ese tipo de servicio hace que la empresa sea reconocida. |
| 2. Considera que si Transvolcarga realiza entregas internacionales, aumentaría el nivel de credibilidad como empresa de envíos? | Si por que esto le daría mas reconocimiento a la empresa y llegar a ser mejor que la competencia. | Posiblemente no, ya que existen varias empresas que pueden lograr lo que Transvolcarga quiere. | Podría decir que si, pero no me parece tan relevante la credibilidad. | Si, la credibilidad la dan los mismos clientes y si se brinda un buen servicio lleva a que cada vez crean mas en la empresa y su servicio |
| 3. Con que frecuencia considera que una empresa debería realizar envíos a nivel internacional? | Dependiendo la demanda en cantidad de envíos. | Para mi, debería tener una frecuencia diaria ya que tu todos los días, puedes necesitar un envío. | Depende el envío que se quiera realizar. | Desde que allá un buen stock y el envío sea al mismo lugar, valdría la pena que fuera frecuente, diaria o semanalmente. |
| 4. Debería Transvolcarga innovar en los envíos internacionales teniendo en cuenta los costes de flota logística? | Si, buscando alternativas optimas para que no se vea reflejado el coste en el envío y pueda tener mayor cobertura | Creo que mas que el coste logístico, es un tema de experiencia hacia el cliente que puede lograr que tenga mayores ingresos y que no impacte sus recursos. | Si, e inclusive a veces hacer que el cliente lo pague, por que no debería asumirlo la empresa de acuerdo al envío. | Depende el movimiento de mercancía que se llegue a generar, por que si no es algo que se realice frecuente pues no valdría la pena. |
| 5. Cree importante que para Transvolcarga realizar envíos internaciones debería implementar el manejo de proveedores tercerizados | Si, ya que el pago a un tercerizados puede ser menor que el costo de lo que ellos pueden pagar por los envíos. | No siempre, ya que a veces los proveedores tercerizados no están comprometidos con la empresa. | No es necesario, creo que si es una empresa que crece cada día, pueden hacerlo ellos mismos. | Si, en línea con lo anterior; depende la frecuencia por que si la rotación de envíos es muy baja pues no seria necesario. |

Cuadro 1: Análisis de la entrevista a personal que trabaja en el área de transporte

Elaborado por: Daniela Puerto & Paola Valencia

Entrevista Semiestructurada

Análisis e interpretación de resultados

Preguntas relacionadas:

1. ¿Cree usted necesario que para que una empresa este posicionada en el mercado debe prestar sus servicios internacionalmente?

La mayoría concuerda en que es importante el posicionamiento de la empresa al prestar los servicios de manera internacional como es el medio de transporte para el envío de mercancías, teniendo en cuenta que TransVolcarga S.A ha realizado un muy buen trabajo a nivel nacional, brindando cumplimiento, seguridad y confianza en la cadena de suministro.

2. ¿Considera que, si TransVolcarga realiza entregas internacionales, aumentaría el nivel de credibilidad como empresa de envíos?

Las respuestas de los entrevistados indican que, consideran que el nivel de credibilidad como empresa de envíos se vería beneficiada al implementar entregas internacionales, teniendo en cuenta que la misión de la empresa se enfoca en ofrecer un servicio de excelencia, garantizando el cumplimiento de las normas aplicables.

3. ¿Con que frecuencia considera que una empresa debería realizar envíos a nivel internacional?

El personal entrevistado coincide en la importancia de que envíos internacionales se realicen siempre y cuando sea en cantidades grandes y los lugares de entregan sean sobre las mismas rutas, dependiendo de esto se validaría la frecuencia y tiempos, esto con el fin de organizar la infraestructura física, tecnológica y logística que permita brindar un servicio de excelencia.

4. ¿Debería TransVolcarga innovar en los envíos internaciones teniendo en cuenta los costes de flota logística?

Es un punto favorable para toda empresa innovar y más cuando se trata en el ámbito internacional, pero claramente los costes de flote logística juegan un papel importante al momento de lograr penetrarse en este medio, ya que esto incluye la transportación, el almacenamiento, empaque, y mercancía que exporta o traslada a otro país.

5. ¿Cree importante que para TransVolcarga realizar envíos internaciones debería implementar el manejo de proveedores tercerizados?

Los entrevistados indican que la tercerización es un punto a favor como estrategia para lograr implementar envíos internacionales, pero cabe el riesgo de que la empresa contratada no se ajuste al compromiso de entregas y esto ocasione experiencias poco favorables al cliente, por lo cual sería un plan b, ya que el tema es lograr que TransVolcarga sea reconocida por su buen desempeño a nivel internacional, así como ha logrado muy buenos resultados a nivel nacional.

Elementos que abarca la logística de exportación:

Planeación: Se deben definir estrategias para evitar retrasos, entregando la mercancía a tiempo, evitando retrasos y esto va de la mano en cuanto al procesamiento de trámites entre la compañía, la empresa aduanera y otros como tercerizados en caso de ser empleados.

Un equipo bien organizado: El trabajo en equipo juega un papel importante en toda empresa y para TransVolcarga S.A es indispensable la organización del personal cuando se trata de lograr los objetivos.

Entiende bien el producto: Es importante conocer todas las características de los productos que se transportan, para lograr un buen manejo en el almacenaje, porque en muchas ocasiones las mercancías a entregar son productos frágiles o perecederos.

Analiza bien las opciones de transporte: Los principales factores son la rentabilidad y la eficiencia al exportador. En este caso, la velocidad y el costo deben ser proporcionales. En otras palabras, la elección del tipo de transporte de las mercancías debe realizar tomando en cuenta el costo-beneficio: quizá transportar los alimentos en barco resulta más barato, pero si el tiempo del viaje se extiende, compromete su calidad. (Alexandra, 2020)

Aprovecha la innovación tecnológica: TransVolcarga implementa seguimiento de sus transportes o flotillas por medio de GPS, esto con el fin de monitorear constantemente sus envíos con el fin de brindar seguridad a quienes confían en la empresa, pero hay que tener presente que la tecnología es una herramienta que ayuda a toda empresa en mejorar los procesos logísticos y de la misma forma los costos.



Figura 3 Elementos que abarca la logística de exportación:



Nota: Adaptado de Elementos que abarca la logística de exportación: [Imagen] por A Ortiz, 2020 (<https://www.dripcapital.com/es-mx/recursos/blog/logistica-exportacion>)

Cuadro metodológico del proyecto:

| Objetivos Específicos | Actividades | Metodología | Técnicas de Recolección de Datos |
|--|---|--|--|
| Analizar por que la empresa logística aún no ha incursionado en hacer envíos internacionales. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Realizar un análisis interno. 2. Expandir los envíos desde su mercado local hacia | <ol style="list-style-type: none"> 1. Buscar las fortalezas y debilidades internas de la organización. 2. Auditar el nivel de envíos para saber el costo de cada uno de ellos. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Indagar al personal. 2. Revisión constante de los envíos diarios que se realizan por medio de la plataforma de la empresa. |

| | | | |
|---|--|---|---|
| | <p>los mercados extranjeros.</p> <p>3. Tener claro los objetivos.</p> <p>4. Seguimiento y evaluación.</p> | <p>3. Efectuar una medición para saber si los resultados se cumplen según lo esperado.</p> <p>4. Monitoreo de las actividades.</p> | |
| <p>Identificar las ventajas y desventajas de realizar envíos nacionales e internacionales.</p> | <p>1. Agilizar la capacidad y rapidez en los envíos.</p> <p>2. Mayor Eficiencia mayores beneficios.</p> <p>3. Planificar a largo plazo.</p> | <p>1. Supervisión de los envíos en tiempo real.</p> <p>2. Establecer plazos y objetivos de realización</p> | <p>1. Entrevista, preparación de la entrevista y conclusión de la entrevista.</p> |
| <p>Lograr estrategias que le ayuden a Transvolcarga a posicionarse en el mercado y poder hacer su expansión logística a otros lugares y/ o países.</p> | <p>1. Exportaciones directas.</p> <p>2. Mayor prestigio de la empresa.</p> <p>3. Alianzas comerciales.</p> <p>4. Dedicar sus esfuerzos a</p> | <p>1. Contar con una flota de transporte directa, para la disminución de costos.</p> <p>2. Brindar un servicio de alta calidad y entregar experiencias únicas.</p> <p>3. Buscar aliados</p> | <p>1. Que la compañía participe en actividades productivas o preste servicios relacionados con la cadena logística del comercio internacional abriría la posibilidad de una certificación BASC.</p> |

| | | | |
|--|---------------------------|---|--|
| | fortalecer el negocio. | estratégicos para la mejora de envíos. | |
|--|---------------------------|---|--|

Conclusiones

Se concluye que esta investigación da cumplimiento a los tres objetivos planteados ya que en cuanto al primer objetivo se analizaron algunos aspectos como: Falta de conocimiento interno de la empresa frente a las actividades internacionales, están enfocados en el transporte nacional, olvidando la importancia del área internacional. Para la identificación y formulación de estrategias de mejoramiento, en este objetivo se aplicaron instrumentos que nos permitieron un acercamiento y mayor conocimiento de esta actividad en la Empresa Transvolcarga. (Encuesta, telefónicamente, voz a voz etc.)

Identificamos desventajas que dificultan el acceso para pymes, esto quiere decir que para las empresas pequeñas o medianas compañías es más difícil contar con cadenas fuertes de distribución, a medida que la empresa va creciendo abre oportunidades y mayor conocimiento en el área y cadenas de distribución más grandes, mientras una empresa se expanda, las legislaciones irán cambiando, esto es porque las leyes internas y las políticas de aduanas van cambiando dependiendo del país y las aduanas pueden dejar entrar o retener la mercancía a importar o exportar.

Ventajas: aprovechar la red de distribución de un sistema logístico ya establecido donde la empresa pueda ser más potente a nivel nacional e internacional. Se puede también ofrecer



nuevos servicios como el transporte especial, sistemas de distribución directa al cliente los costes del transporte pueden ser reducidos considerablemente, las nuevas tecnologías permiten la integración de un valor añadido al sector Transporte y Logística.

Entendemos la importancia de contar con Logística Internacional para mejorar todos los procesos de la organización, Mejorando el transporte, la distribución de mercancías, el inventario y las estrategias para beneficiar aún más a los clientes que esperan sus productos. Una forma innovadora de organizar un negocio, la efectividad y la eficiencia permiten una ampliación en la percepción de la empresa, en la forma en que se diseñan sus procedimientos funcionales y optimizan costos para obtener mayores ganancias. Todo esto nos muestra claramente que la estrategia comercial desde la perspectiva de investigación, TransVolcarga S.A tiene mucho potencial para internacionalizarse y no quédense con solo los beneficios del comercio nacional.

Recomendaciones

TransVolcarga S.A es una empresa que se ha posicionado en el mercado nacional con una trayectoria de 14 años con una misión clara de prestar servicios integrales de transporte público terrestre de carga, con una infraestructura física, logística y tecnológica que le ha permitido por medio de las normas aplicables lograr confianza en la cadena de suministro.

Por lo anterior es claro que, aunque en el momento no es el foco de la empresa prestar servicio de entregas a nivel internacional si podemos recomendar que una opción para TransVolcarga S.A al momento de tomar la decisión de prestar el servicio de realizar envíos fuera del país, como primer paso debe realizar alianzas estratégicas y económicas con compañías que actualmente ya tengan experiencia en este campo, seguido de contar con un personal calificado y que tenga

pleno conocimiento sobre los procesos de exportación como la documentación, el transporte, el embalaje, entre otros.

La tercerización de empresas externas también es una opción viable, para encargarnos el desarrollo de esta actividad en caso de implementarla, pero como nos lo indica alguno de los entrevistados se corre el riesgo de no ser del todo viable, ya que al subcontratar terceros no sienten el mismo sentido de pertenencia con las tareas a implementar y esto puede llegar a ser un punto negativo para mantener la buena imagen que TransVolcarga ha mantenido durante el transcurso de los años.

Finalmente, la importancia de mantenerse en el mercado como una empresa

Bibliografía

AGENCIA EFE. (12 de Noviembre de 2022). Obtenido de <https://eldinero.com.do/213389/republica-dominicana-se-consolida-como-hub-logistico-con-un-crecimiento-del-140/>

ALCÁZAR, H. F. (06 de Octubre de 2011). Obtenido de <https://www.eluniversal.com.co/economica/cartagena-el-hub-del-caribe-47260-OTEU127559>

AVIER MELERO . (14 de 08 de 2017). Obtenido de <https://www.transgesa.com/blog/guerra-y-logistica/>

BECERRA, Y. (2015). PROPUESTA METODOLÓGICA PARA LA DEFINICIÓN DE ESTRATEGIAS DE MEJORAMIENTO EN LOGÍSTICA DE PYMES. repositorio. Recuperado 31 de marzo de 2023, de <https://repositorio.uptc.edu.co/bitstream/handle/001/1670/TGT-362.pdf;jsessionid=3EACBEFC0636A3699332F4B654A8512B?sequence=1>

C.Kirby, N.Brosa. (2011). *La logística como factor de competitividad de las Pymes en las Américas*. Santo Domingo: Compete Caribbean. Obtenido de https://www.competecaribbean.org/wp-content/uploads/2013/06/Kirby_Brosa_final_Logistics-as-a-Competitiveness-Factor-for-SMEs-spanish.pdf

Cano et al. (2015). Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México. *Scielo*, 181. Obtenido de <https://www.scielo.org.mx/pdf/cya/v60n1/v60n1a8.pdf>

Correa. (Enero de 2009). Tecnologías de la información en la cadena de suministro. *Scielo*, 72, 39. Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0012-73532009000100004

EL MUNDO FINANCIERO.COM. (19 de Abril de 2022). Obtenido de <https://www.elmundofinanciero.com/noticia/101389/empresas/por-que-espana-es-un-hub-logistico-imprescindible-en-europa.html>

es Alejandro García Garnica* y Eunice Leticia Taboada Ibarra. (01 de 06 de 2012). *Scielo*. Obtenido de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-33802012000100002

Henao, M., & Sanchez, S. (2016). PROPUESTA PARA OPTIMIZAR LA OPERACIÓN LOGÍSTICA EN LOS PROCESOS DE ALISTAMIENTO Y DESPACHO DE MERCANCÍA EN EL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN COLFRIGOS S.A.S. Repositorio. Recuperado 31 de marzo de 2023, de <https://repository.udistrital.edu.co/bitstream/handle/11349/4696/HenaoVillalbaMarcoEl%C3%A9Das2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

JAPAN TRAINING CENTER LATAM . (24 de Abril de 2022). Obtenido de <https://japantraininglatam.com/el-pilar-just-time-jit-dentro-del-sistema-de-produccion-toyota-tps>

Lorduy et al. (2018). Consideraciones a cerca de la importancia de la logística integral en las empresas. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 11, 159. Obtenido de [file:///C:/Users/Paola/AppData/Local/Temp/Rar\\$D1a6644.22779/Manual%202020.pdf](file:///C:/Users/Paola/AppData/Local/Temp/Rar$D1a6644.22779/Manual%202020.pdf)

Maraví et al. (2019). Impacto de la infraestructura en las operaciones logísticas Gestión de carga y entrega de mercancías. *Memoria Investigaciones de Ingeniería*, 17, 33. Obtenido de <http://revistas.um.edu.uy/index.php/ingenieria/article/view/382>

Mecalux.es. (2021, 3 marzo). La mejora continua y su aplicación en logística. <https://www.mecalux.com.co/blog/mejora-continua>

Ortiz et al. (2019). *Análisis del tiempo no justificado de entregas en una empresa de servicios logísticos: caso de estudio Medellín-Colombia*. Medellín. Obtenido de <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tda/535>

P. (s. f.-b). ¿Cómo Potenciar Mi Servicio De Entregas y Aumentar Mis Ventas? <https://blog.getpulpo.com/blog/mejorar-servicio-de-entregas-aumentar-ventas>

Paulo Nunes. (15 de 11 de 2017). *Knoow.net*. Obtenido de <https://knoow.net/es/cieeconcom/gestion/teoria-la-internalizacion/>

Posted by daviddematiasbatalla in Teorías. (9 de Marzo de 2013). *Nociones de economía y empresa* . Obtenido de <https://nocionesdeeconomaiyempresa.wordpress.com/2013/03/09/el-modelo-de-uppsala/>

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA DOMINICANA. (11 de Noviembre de 2022). Obtenido de <https://presidencia.gob.do/noticias/república-dominicana-crece-como-hub-logistico-en-latinoamerica>

Quijije. (2021). *Impacto de la tecnología en la gestión logística de las PYMES guayaquileñas: sector Vía Daule*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana Ecuador. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19648/1/UPS-GT003093.pdf>

Romero. (2019). *Tecnologías de la información y comunicación para la gestión de la logística interna*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/286064329.pdf>

Tookane. (13 de Diciembre de 2021). Obtenido de <https://tookane.com/just-in-time-la-clave-de-la-logistica-mas-eficiente/>

TRANSEOP. (24 de 2 de 2023). Obtenido de <https://www.transeop.com/blog/just-in-time-logistica/322/>

UNCTAD. (12 de Noviembre de 2020). Obtenido de <https://unctad.org/es/press-material/informe-sobre-el-transporte-maritimo-2020-de-la-unctad-resumen-y-estimaciones-sobre>

Universidad de los Andes. (24 de Julio de 2018). Obtenido de <https://administracion.uniandes.edu.co/noticias/expertos-internacionales-debaten-sobre-cadenas-de-suministro-sostenibles-y-logistica-verde/>



Por intermedio del presente documento en mi calidad de autor o titular de los derechos de propiedad intelectual de la obra que adjunto, titulada **Desafíos y retos en la logística de distribución internacional para TrasnVolcarga S.A** autorizo a la Corporación universitaria Unitec para que utilice en todas sus formas, los derechos patrimoniales de reproducción, comunicación pública, transformación y distribución (alquiler, préstamo público e importación) que me corresponden como creador o titular de la obra objeto del presente documento.

La presente autorización se da sin restricción de tiempo, ni territorio y de manera gratuita. Entiendo que puedo solicitar a la Corporación universitaria Unitec retirar mi obra en cualquier momento tanto de los repositorios como del catálogo si así lo decido.

La presente autorización se otorga de manera no exclusiva, y la misma no implica transferencia de mis derechos patrimoniales en favor de la Corporación universitaria Unitec, por lo que podré utilizar y explotar la obra de la manera que mejor considere. La presente autorización no implica la cesión de los derechos morales y la Corporación universitaria Unitec los reconocerá y velará por el respeto a los mismos.

La presente autorización se hace extensiva no sólo a las facultades y derechos de uso sobre la obra en formato o soporte material, sino también para formato electrónico, y en general para cualquier formato conocido o por conocer. Manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y la realicé sin violar o usurpar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es de mi exclusiva autoría o tengo la titularidad sobre la misma. En caso de presentarse cualquier reclamación o por acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en cuestión asumiré toda la responsabilidad, y saldré en defensa de los derechos aquí autorizados para todos los efectos la Corporación universitaria Unitec actúa como un tercero de buena fe. La sesión otorgada se ajusta a lo que establece la ley 23 de 1982.

Para constancia de lo expresado anteriormente firmo, como aparece a continuación.

Firma

Nombre: Lisa Daniela Puerto Posada
CC. 1018480511

Firma

Nombre Jenny Paola Valencia Cuenca
CC. 1032395487

Firma

Nombre Darling Stwar Galindo Rojas
CC. 1069584102

