



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA GESTIÓN DEL TRANSPORTE

**PLAN DE MEJORAS DEL SISTEMA DE GESTIÓN LOGÍSTICA PARA
LA EMPRESA “CERVECERÍA ARTESANAL MESTIZA”**

Trabajo de titulación

Tipo: Proyecto de investigación

Presentado para optar el grado académico de:

LICENCIADA EN GESTIÓN DEL TRANSPORTE

AUTORA: KATHERIN ALEXANDRA COLCHA LOPEZ

DIRECTORA: Ing. Jessica Moreno Ayala Msg.

Riobamba – Ecuador

2021

©2021, Colcha Lopez Katherin Alexandra

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de autor.

Yo, KATHERIN ALEXANDRA COLCHA LOPEZ, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora anónima la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación, el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, diciembre de 2021



Katherin Alexandra Colcha Lopez
C.I. 0604581975

CERTIFICACIÓN DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA GESTIÓN DEL TRANSPORTE

El tribunal del trabajo de titulación certifica que: El trabajo de titulación: Tipo: Proyecto de investigación, PLAN DE MEJORAS DEL SISTEMA DE GESTIÓN LOGÍSTICA PARA LA EMPRESA “CERVECERÍA ARTESANAL MESTIZA”, realizado por la señorita KATHERIN ALEXANDRA COLCHA LOPEZ, ha sido minuciosamente revisado por los miembros del tribunal de Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el tribunal autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. José Luis Llamuca Llamuca PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 Firmado digitalmente por: JOSE LUIS LLAMUCA	2021-12-22
Ing. Jessica Fernanda Moreno Ayala DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	JESSICA FERNANDA MORENO AYALA Firmado digitalmente por: JESSICA FERNANDA MORENO AYALA Fecha: 2022.04.10 21:37:07 -05'00'	2021-12-22
Dr. Edgar Segundo Montoya Zúñiga MIEMBRO DEL TRIBUNAL	EDGAR SEGUNDO MONTROYA ZUÑIGA Firmado digitalmente por: EDGAR SEGUNDO MONTROYA ZUÑIGA Fecha: 2022.04.24 22:21:44 -05'00' Versión de Adobe Acrobat Reader: 2022.001.20117	2021-12-22

DEDICATORIA

A mis viejitas, Patricia Lopez y Teresa Gavilema, por darme la vida y enseñarme el valor del trabajo duro y honrado, la osadía en cada lagrima derramada y el esfuerzo que significa cada gota de sudor, sin sus correcciones, lecciones y presiones no hubiese aguantado cada golpe, caída y oportunidades que me ha dado la vida.

A mi papá Armando Tigi, ejemplo claro que no es necesario llevar la misma sangre para brindar paciencia, amor y apoyo a ojos cerrados.

A mi maestro Estefano Larrea Viteri, por brindarme confianza, aprecio y apoyo en mis éxitos y fracasos, por ayudarme a crecer y a reparar mi ser interior, quien me enseñó un estilo de vida y una profesión poco común, cualquier persona puede beber cerveza, pero muy pocos podemos hacerla.

Katherin

AGRADECIMIENTO

A mis hermanos Daniela Tigsi y Fernando Colcha, siempre luchando, siempre creciendo, demostrándose que siempre se puede romper el círculo y ser mejor que antes.

A mis amigos DB. LC. DM. LE. NE, pero de manera especial a Luis Sango, por animarme a continuar con mi vida y lo que tengo por delante, por apoyarme en los peores momentos y por estar presentes en mis éxitos, con infinito cariño les agradezco por ser mi apoyo y oídos.

A mis docentes por contribuir en mi desarrollo académico, en especial a: Ing. Jessica Moreno por el apoyo y conocimiento brindado para llevar a cabo el presente proyecto de investigación.

A todos quienes conformamos Cervecería Mestiza, antes de ser una empresa somos un equipo, una familia, gracias por continuar en el largo camino que aún nos falta por recorrer.

Katherin

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS	xvi
RESUMEN.....	xvii
SUMARY/ABSTRACT	xviii
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÒRICO REFERENCIAL.....	9
1.1. Marco teórico	9
1.1.1. Sistema de gestión logística	9
1.1.1.1. Elementos del sistema de gestión logística.....	9
1.1.2. Cadena de suministro.....	10
1.1.2.1. Fases de la cadena de suministro	10
1.1.3. Principios para la planificación en la logística.....	11
1.1.3.1. Principio del costo total	11
1.1.3.2. Principio de la estandarización.....	11
1.1.3.3. Ley de Pareto en la logística	12
1.1.4. Logística de Abastecimiento	12
1.1.5. Logística de Almacenamiento.....	13
1.1.5.1. Unidades manipulables	14
1.1.5.2. Métodos de flujo de salida de productos.....	14
1.1.6. Estanterías	14
1.1.7. Logística de Inventarios	15
1.1.8. Despacho de producto	16
1.1.9. Medio de transporte.....	16

1.1.10.	Modo de transporte.....	16
1.1.11.	Guía de remisión.....	17
1.1.12.	La carga.....	17
1.1.13.	Sistema de gestión logística Grupo Modelo (AB & InBev).....	19
1.1.14.	Sistema de gestión logística Cervecería Nacional.....	20
1.1.15.	Cerveza Artesanal Mestiza.....	21
1.1.15.1.	Estilo Diabla Ale.....	21
1.1.15.2.	Estilo ecuatoriana Stout.....	21
1.1.15.3.	Estilo Rubia Pale Ale.....	22
1.1.15.4.	Estilos especiales o de temporada.....	22
1.1.16.	La cerveza en la historia.....	23
1.1.17.	La industria cervecera tipo artesanal en Ecuador.....	24
1.1.18.	Referentes de cervecerías tipo artesanal.....	24
1.1.18.1.	Cervecería Artesanal Latitud Cero.....	24
1.1.18.2.	Samuel Adams Boston Beer Company.....	25
1.1.18.3.	Sierra Nevada Brewing Company.....	25
1.1.18.4.	Greene King Bury St Edmunds.....	25
1.1.19.	Cerveza industrial.....	26
1.1.20.	Referentes de cervecerías tipo industrial.....	26
1.1.20.1.	Cervecería Nacional (AB & inBev).....	26
1.1.20.2.	Heineken Ecuador (Heineken International).....	26
1.2.	Marco conceptual.....	27
1.3.	Idea a defender.....	32
1.3.1.	Variables.....	32

CAPÍTULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO.....	33
2.1.	Enfoque de Investigación.....	33
2.2.	Tipo de investigación.....	33

2.2.1.	<i>Descriptiva</i>	33
2.2.2.	<i>Explicativa</i>	33
2.2.3.	<i>Bibliográfica</i>	34
2.3.	Tipo de estudio	34
2.3.1.	<i>Transversal</i>	34
2.4.	Diseño de investigación	34
2.4.1.	<i>No experimental</i>	34
2.5.	Población y muestra	35
2.5.1.	<i>Determinación de la población</i>	35
2.5.1.1.	<i>Población 1</i>	35
2.5.1.2.	<i>Población 2</i>	36
2.5.2.	<i>Cálculo de la muestra</i>	37
2.5.2.1.	<i>Muestra de la población 1</i>	37
2.5.2.2.	<i>Muestra de la población 2</i>	37
2.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de Investigación	39
2.6.1.	<i>Métodos</i>	39
2.6.1.1.	<i>Método sintético</i>	39
2.6.1.2.	<i>Método analítico</i>	39
2.6.1.3.	<i>Método deductivo</i>	39
2.6.1.4.	<i>Método inductivo</i>	39
2.6.2.	<i>Técnicas</i>	39
2.6.2.1.	<i>Encuestas</i>	39
2.6.2.2.	<i>Entrevistas semiestructuradas</i>	39
2.6.2.3.	<i>Observación</i>	40
2.6.3.	<i>Instrumentos</i>	40
2.6.3.1.	<i>Guía de entrevista dirigida a la población 1</i>	40
2.6.3.2.	<i>Cuestionario guía para encuestas dirigidas a la población 2</i>	43
2.6.3.3.	<i>Ficha de observación</i>	45

CAPITULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	46
3.1.	Análisis e interpretación de los resultados.....	46
3.1.1.	<i>Resultados de las entrevistas aplicadas a la población 1.....</i>	46
3.1.1.1.	<i>Sección primera; IDENTIFICACIÓN DE LOS ENTREVISTADOS</i>	46
3.1.1.2.	<i>Sección segunda: CONOCIMIENTO LOGÍSTICO</i>	49
3.1.1.3.	<i>Sección tercera: PERCEPCIÓN EMPRESARIAL.....</i>	67
3.1.2.	<i>Resultados de las encuestas aplicadas a la población 2.....</i>	68
3.1.2.1.	<i>Sección primera: IDENTIFICACIÓN DE LOS ENCUESTADOS.....</i>	68
3.1.2.2.	<i>Sección segunda: PREFERENCIAS DE ESTILOS DE CERVEZA MESTIZA.....</i>	70
3.1.2.3.	<i>Sección tercera: COSTO DE VENTA</i>	72
3.1.2.4.	<i>Sección cuarta: ROTACIÓN DEL PRODUCTO</i>	74
3.1.2.5.	<i>Sección quinta: PERCEPCIÓN HACIA EL PRODUCTO</i>	76
3.1.3.	<i>Resultados de la ejecución de la ficha de observación dentro de la empresa</i>	77
3.2.	Diagnóstico de la situación actual de la empresa Cerveza Artesanal Mestiza...	81
3.2.1.	<i>Parámetros administrativos de la empresa al año 2021.....</i>	81
3.2.1.1.	<i>Matriz FODA 2021</i>	81
3.2.1.2.	<i>Organigrama estructural de la empresa al año 2021.....</i>	82
3.2.1.3.	<i>Organigramas posicionales de la empresa al año 2021</i>	83
3.2.2.	<i>Parámetros operativos al año 2021.....</i>	86
3.2.2.1.	<i>Producción del estilo Diabla Ale</i>	87
3.2.2.2.	<i>Producción del estilo Ecuatoriana Stout.....</i>	87
3.2.2.3.	<i>Producción del estilo Rubia Pale Ale.....</i>	87
3.2.3.	<i>Tipo de envase utilizado en la empresa al año 2021</i>	88
3.2.4.	<i>Tipo de empaque utilizado en la empresa al año 2021.....</i>	89
3.2.5.	<i>Tipo de embalaje utilizado en la empresa al año 2021.....</i>	89
3.2.6.	<i>Tipo de inventarios utilizados en la empresa al año 2021.....</i>	89
3.2.6.1.	<i>Inventarios de materia prima</i>	89

3.2.6.2.	<i>Inventarios de producto terminado</i>	90
3.2.6.3.	<i>Inventarios de instrumentos y Maquinaria</i>	90
3.2.6.4.	<i>Inventarios de soluciones y compuestos de limpieza para instrumentos y maquinaria</i>	91
3.2.7.	<i>Modo de distribución de la empresa al año 2021</i>	91
3.2.8.	<i>Costos de venta utilizados por la empresa al año 2021</i>	92
3.3.	Matriz de resultados	93
3.4.	MARCO PROPOSITIVO	95
3.4.1.	Objetivos	95
3.4.1.1.	<i>Objetivo general</i>	95
3.4.1.2.	<i>Objetivos específicos</i>	95
3.4.2.	Justificación	95
3.4.3.	Descripción	95
3.4.4.	Contenido de la propuesta	96
3.4.5.	Etapa 1: Mejora administrativa	96
3.4.5.1.	<i>Mejora al organigrama estructural</i>	96
3.4.5.2.	<i>Propuesta de creación del organigrama funcional</i>	97
3.4.5.3.	<i>Descripción y evaluación posicional</i>	99
3.4.6.	Etapa 2: mejora a la producción	102
3.4.6.1.	<i>Identificación de producción</i>	102
3.4.6.2.	<i>Registro de producciones</i>	103
3.4.7.	Etapa 3: mejora a la cadena de suministros	104
3.4.7.1.	<i>Inventarios</i>	104
3.4.7.2.	<i>Empaque y embalaje</i>	109
3.4.8.	Etapa 4: Mejora a la distribución	113
3.4.8.1.	<i>Distribución local</i>	113
3.4.8.2.	<i>Distribución nacional</i>	113
3.4.9.	Etapa 5: determinación de costos	114
3.4.9.1.	<i>Costos de empaques y embalajes</i>	114
3.4.9.2.	<i>Costos de distribución local</i>	115

3.4.9.3. <i>Costos de distribución nacional</i>	117
3.4.10. <i>Etapa 6: evaluación de parámetros</i>	120
CONCLUSIONES	122
RECOMENDACIONES	123
BIBLIOGRAFÍA	124
ANEXOS	127

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-2:	Miembros activos de la empresa 2021	35
Tabla 2-2:	Servidores turísticos 2018.....	36
Tabla 3-2:	Establecimientos determinados por muestreo casual	38
Tabla 4-2:	Guía de entrevista dirigida a la población 1	41
Tabla 5-2:	Guía de encuesta dirigida a la población 2	44
Tabla 6-2:	Guía para ficha de observación estructurada	45
Tabla 7-3:	Identificación de los miembros de la empresa entrevistados	46
Tabla 8-3:	Instrucción educativa de los miembros de la empresa.....	48
Tabla 9-3:	Conocimiento de manejo de inventarios.....	49
Tabla 10-3:	Tipos de productos distribuidos por la empresa	50
Tabla 11-3:	Tipos de envases utilizados para el producto elaborado.....	51
Tabla 12-3:	Tipos de empaques utilizados en la distribución.....	53
Tabla 13-3:	Tipo de embalaje con el que se transporta el producto terminado	54
Tabla 14-3:	Uso de materiales suplementarios en la distribución.....	55
Tabla 15-3:	Medio de transporte utilizado en el medio local	56
Tabla 16-3:	Propiedad del medio de transporte	57
Tabla 17-3:	Medio de transporte utilizado a nivel nacional	58
Tabla 18-3:	Aplicación de logística inversa dentro de la empresa.....	59
Tabla 19-3:	Procedimiento en caso de devolución de producto	60
Tabla 20-3:	Parámetros por evaluar en el abastecimiento.....	61
Tabla 21-3:	Parámetros por evaluar en el almacenamiento.....	62
Tabla 22-3:	Parámetros por evaluar en la producción.....	63
Tabla 23-3:	Parámetros por evaluar en la distribución y transporte	64
Tabla 24-3:	Parámetros por evaluar en el servicio al cliente	65
Tabla 25-3:	Parámetros por evaluar en el apoyo	66
Tabla 26-3:	Percepción empresarial.....	67
Tabla 27-3:	Identificación resumen de los encuestados	68
Tabla 28-3:	Estilo de cerveza adquirido.....	70
Tabla 29-3:	Estilo preferido por el establecimiento.....	71
Tabla 30-3:	Costo de venta al público en el establecimiento	72
Tabla 31-3:	Establecimientos que realizan promociones con el producto	73
Tabla 32-3:	Frecuencia de compra del producto.....	74
Tabla 33-3:	Frecuencia de venta del producto.....	75
Tabla 34-3:	Percepción hacia el producto	76

Tabla 35-3:	Ficha de observación dentro de la empresa	77
Tabla 37-3:	Descripción del puesto de Gerente	83
Tabla 38-3:	Descripción del puesto de Administrador.....	84
Tabla 39-3:	Descripción del puesto de Encargado de producción y comercialización	85
Tabla 40-3:	Nivel de producción en el periodo abril 2019 - junio 2021	86
Tabla 41-3:	Cantidad de producción, estilo Diabla Ale	87
Tabla 42-3:	Cantidad de producción, estilo Ecuatoriana Stout.....	87
Tabla 43-3:	Cantidad de producción, estilo Rubia Pale Ale.....	87
Tabla 44-3:	Tipos de envases utilizados.....	88
Tabla 45-3:	Tipo de empaques utilizados.....	89
Tabla 46-3:	Ejemplo de inventario de maltas, lúpulos y levaduras	89
Tabla 47-3:	Ejemplo de inventario de botellas	90
Tabla 48-3:	Ejemplo de inventario de barriles.....	90
Tabla 49-3:	Ejemplo de inventario de soluciones y compuestos para limpieza	91
Tabla 50-3:	Costos de venta	92
Tabla 51-3:	Matriz de resultados	93
Tabla 52-3:	Descripción de mejora al puesto encargado de Producción.....	100
Tabla 53-3:	Descripción del puesto de encargado del departamento comercial	101
Tabla 54-3:	Sugerencia de codificación	102
Tabla 55-3:	Registro de utilización de insumos en producciones	103
Tabla 56-3:	Registro de inventario para tanques maduradores o fermentadores	105
Tabla 57-3:	Inventario para botellas estilo Diabla Ale.....	106
Tabla 58-3:	Inventario para botellas estilo Ecuatoriana Stout.....	107
Tabla 59-3:	Inventario para botellas estilo Rubia Pale Ale	108
Tabla 60-3:	Características del empaque y embalaje	109
Tabla 61-3:	Costo de empaque y embalaje.....	114
Tabla 62-3:	Alternativa 1, distribución local	115
Tabla 63-3:	Alternativa 2, distribución local	116
Tabla 64-3:	Alternativa 1, distribución nacional	117
Tabla 65-3:	Alternativa 2, distribución nacional	118
Tabla 66-3:	Alternativa 3, distribución nacional	119
Tabla 67-3:	Evaluación de parámetros	120

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3:	Instrucción educativa de los miembros de la empresa	48
Figura 2-3:	Miembros que conocen el manejo de inventarios	49
Figura 3-3:	Tipos de productos distribuidos por la empresa	50
Figura 4-3:	Tipos de envases utilizados para el producto elaborado	51
Figura 5-3:	Tipos de empaques utilizados en la distribución	53
Figura 6-3:	Tipo de embalaje con el que se transporta el producto terminado	54
Figura 7-3:	Uso de materiales suplementarios en la distribución	55
Figura 8-3:	Medio de transporte utilizado en el medio local	56
Figura 9-3:	Propiedad del medio de transporte.....	57
Figura 10-3:	Medio de transporte utilizado a nivel nacional	58
Figura 11-3:	Aplicación de logística inversa dentro de la empresa	59
Figura 12-3:	Procedimiento en caso de devolución de producto	60
Figura 13-3:	Indicadores del rendimiento del abastecimiento.....	61
Figura 14-3:	Indicadores de rendimiento del almacenamiento.....	62
Figura 15-3:	Indicadores del rendimiento de producción	63
Figura 16-3:	Indicadores de rendimiento en la distribución y transporte.....	64
Figura 17-3:	Indicadores del rendimiento de servicio al cliente.....	65
Figura 18-3:	Indicadores del rendimiento del apoyo	66
Figura 19-3:	Consideración del proceso logístico en la empresa	67
Figura 20-3:	Puntos activos de distribución 2021	68
Figura 21-3:	Estilos de cerveza adquiridos en la compra del cliente	70
Figura 22-3:	Estilo preferido por el cliente	71
Figura 23-3:	Costo de venta al público	72
Figura 24-3:	Promociones en los establecimientos.....	73
Figura 25-3:	Frecuencia de compra del producto	74
Figura 26-3:	Frecuencia de venta al público	75
Figura 27-3:	Percepción del cliente sobre la calidad del producto	76
Figura 28-3:	Matriz FODA de la empresa CERVEZA MESTIZA	81
Figura 29-3:	Diseño transversal, organigrama estructural de la empresa	82
Figura 30-3:	Organigrama estructural de la empresa CERVEZA MESTIZA.....	82

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO A:** ENTREVISTA DE INVESTIGACIÓN A MIEMBROS DE LA EMPRESA
- ANEXO B:** ENCUESTA DIRIGIDA A PUNTOS ACTIVOS DE DISTRIBUCIÓN 2021
- ANEXO C:** BASE DE DATOS PUNTOS ACTIVOS DE DISTRIBUCIÓN CERVEZA MESTIZA 2021
- ANEXO D:** DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA
- ANEXO E:** BARRIL CORNELIUS
- ANEXO F:** BARRIL KEG
- ANEXO G:** DISEÑO DE BOTELLA PERSONAL 330ML
- ANEXO H:** DISEÑO DE EMPAQUE SELLADO
- ANEXO I:** SALA DE COCCIÓN
- ANEXO J:** EMPAQUE Y EMBALAJE ADECUADO
- ANEXO K:** CATASTRO SERVIDORES TURÍSTICOS GADM RIOBAMBA

RESUMEN

El proyecto de investigación efectuado dentro de la empresa Cerveza Artesanal Mestiza del cantón Riobamba, tuvo por objetivo el desarrollo de un plan de mejoras al sistema de gestión logística, mediante un diagnóstico de la situación actual de la empresa en sus parámetros administrativos y operativos como son: organización, producción, empaques, embalajes, inventarios, distribución local, y el correspondiente análisis de sus costos de implementación. Dentro del levantamiento de información se aplicó: entrevistas semiestructuradas a miembros internos, encuestas a puntos de distribución activos determinados mediante un muestreo no probabilístico de tipo casual del Catastro de Servidores Turísticos empadronados en el GADM Riobamba y una ficha de observación objetiva en la cadena de suministros. Estos instrumentos de investigación ayudaron a determinar el tipo de organización, el poco conocimiento logístico de sus miembros, manejo empírico de la cadena de suministros, falencias en gestión de su talento humano, falencias o fortalezas del producto y medios de distribución. El plan de mejoras a nivel administrativo desarrolló organigramas estructurales, funcionales y posicionales, mientras que a nivel operativo desarrolló propuestas semiautomáticas de inventarios, diseño de empaques minoristas, embalajes mayoristas, canales de distribución y costos de estos. Se recomienda a la empresa Cerveza Artesanal Mestiza que se considere las propuestas de mejoramiento a fin de optimizar procesos y ejecución adecuada de estos.

Palabras clave: <CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS>, <SISTEMA DE GESTIÓN LOGÍSTICA>, <ANÁLISIS SITUACIONAL>, <CADENA DE SUMINISTROS>, <RIOBAMBA (CANTÓN)>

ABSTRACT

The objective of the research project conducted within the company Cerveza Artesanal Mestiza de Riobamba was the development of an improvement plan for the logistics management system, through a diagnosis of the current situation of the company in its administrative and operational parameters such as organization, production, packaging, packing, inventories, local distribution, and the corresponding analysis of its implementation costs. As part of the information gathering process, semi-structured interviews were conducted with internal members, surveys of active distribution points were determined through a non-probabilistic random sampling of the Registration of Tourist Servers listed at GADM Riobamba with the objective observation sheet in the supply chain. These research instruments made it possible to determine the type of organization, the lack of logistical knowledge of its members, the empirical management of the supply chain, the deficiencies in the management of its human talent, the weaknesses or strengths of the product, and the means of distribution. The improvement plan at the administrative level developed structural, functional, and positional organizational charts, while at the operational level it developed semi-automatic proposals for inventories, retail packaging design, wholesale packaging, distribution channels, and their costs. It is recommended that the company Cerveza Artesanal Mestiza consider the improvement proposals to optimize the processes and their correct execution.

Keywords: <ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES>, <LOGISTICS MANAGEMENT SYSTEM>, <SITUATIONAL ANALYSIS>, <SUPPLY CHAIN>, <RIOBAMBA (CANTON)>

INTRODUCCIÓN

El sistema de gestión logística dentro de una empresa es la columna vertebral para un desarrollo óptimo, se identifica como el principal indicador de gestión dentro de las organizaciones dedicadas a la comercialización de bienes y servicios, dentro de la investigación formula determinar los parámetros referentes a la cadena de suministros involucrada dentro de la obtención y comercialización de productos terminados, en este estudio se tomó de referente una industria cervecera de tipo artesanal, dentro de esta, un adecuado desarrollo logístico genera una ventaja competitiva a nivel productivo, en la satisfacción con el consumidor final y dentro de la organización en la optimización de recursos materiales y de talento humano.

Al año 2021 y bajo las condiciones sanitarias existentes a la fecha, las cervecerías de tipo artesanal en el Ecuador se han visto frenadas parcial o totalmente, a esto se suma las costumbres del consumidor y su preferencia popular por cervezas industriales las cuales son más económicas y accesibles al consumidor, con estos parámetros las cervecerías artesanales frenan su producción y comercialización en los diferentes nichos de mercado ya sea local o nacional.

La empresa “Cerveza Artesanal Mestiza” del cantón Riobamba nace en el año 2012, siendo la primera casa estilo inglés del centro del país, posicionándose de esa forma como un referente para la creación de cervecerías pequeñas y ganando reconocimiento en instituciones públicas como Municipalidad del cantón Riobamba y Prefectura de Chimborazo, gracias a la utilización de ingredientes de exportación junto con elementos icónicos del país como el cacao fino de aroma genera en el consumidor una nueva experiencia de degustación alcohólica recreacional.

Pese a mantener un nivel de producción superior al de pequeñas casas cerveceras, la empresa ha crecido gracias a la experiencia de sus dirigentes mientras que en cuanto al desarrollo de un sistema de gestión logística su aplicación es relativamente baja en lo que concreta aspectos referentes a la cadena de suministros y complementos como apoyo, atención al cliente y gestión de talento humano.

Dentro de la investigación y en las condiciones presentes al año 2021, con base en la problemática presentada como una gestión empírica con los lineamientos fuera de los límites de las actividades específicas de los colaboradores y parámetros de la cadena de suministro en el abandono, se determina que el plan logístico de la empresa atraviesa varios cambios para adaptarse a la nueva realidad de mercado, en este contexto el objetivo del presente proyecto de investigación es mejorar su gestión logística, optimizar la cadena de suministros y dentro de esta ejecutar un adecuado control a los diferentes indicadores como talento humano, inventarios, producción y distribución local y nacional.

CAPITULO I

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

En el presente trabajo investigativo y en función de las variables de logística y producción para su posterior oferta de esta bebida se presenta, el análisis de antecedentes investigativos que ayudaron a desarrollar los diferentes parámetros de gestión adecuada y modelos similares al planteado y como estos se complementan con el tipo de industria productiva sometida a estudio, además del desglose de factores que intervienen en las dos variables planteadas a fin de una mejor comprensión de los posteriores temas a tratar.

CAPITULO II

MARCO METODOLÓGICO

Bajo las circunstancias mencionadas con anterioridad y con el empleo de una investigación inductiva, bibliográfica y correlacional junto con una ficha de observación directa se recolectan datos de sus diferentes indicadores internos y externos, para un mejor desarrollo investigativo se aplica una metodología de investigación tipo cuali – cuantitativa, debido al desarrollo de encuestas a puntos activos de distribución y entrevistas a miembros internos de la empresa.

La aplicación de estas técnicas nos arroja resultados ligados con la falta de coordinación y el desacierto en la delimitación de responsabilidades dadas a los miembros operarios de la empresa, así como el desconocimiento de la ejecución de procesos de la cadena de suministros y sus métodos de evaluación, lo que dificulta el desarrollo comunicacional de la empresa.

CAPITULO III

MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En la propuesta de mejoramiento se encierran ámbitos de estructuración de la empresa a nivel organizacional y posicional, en la cadena de suministros se señalan métodos adecuados para rotulación, control de inventarios, formas de empaque, distribución, medios de transporte local y nacional. Para la aplicación de los diferentes parámetros sometidos a mejoramiento se determinan costos de implementación para cada uno, así también como la evaluación por puntos de estos.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del problema

El sistema de gestión logística ayuda a que las empresas establezcan procesos estructurados y óptimos que involucren aspectos que ayuden al desenvolvimiento de control adecuado de la cadena de suministros y sus indicadores como: abastecimiento, producción, distribución y transporte, servicio al cliente y apoyo, en estos recae el nivel de satisfacción y calidad de un producto de consumo.

En la empresa “Cerveza Artesanal Mestiza”, el plan al sistema de gestión logística a partir del año 2012 se ha dado de forma empírica, basado en la experiencia de sus dirigentes y conocimiento del movimiento del mercado en la zona centro del Ecuador, específicamente en el cantón Riobamba, donde se encuentra ubicada su planta de producción, centro de acopio, distribución, además de la totalidad de sus puntos de venta mayoristas y minoristas al público.

Debido a las condiciones sanitarias que se presentaron a partir del mes de marzo del año 2020, la empresa, al igual que varias similares se han visto en la necesidad de frenar rotundamente sus actividades, en la espera de un nuevo comienzo y activación económica, que en esencia es lo que impulsa a toda empresa a continuar con la elaboración de sus diferentes productos.

Además de condiciones sanitarias, las industrias cerveceras de tipo artesanal en el Ecuador se han visto retraídas también por el alto consumo de cerveza industrial, debido a las costumbres de los consumidores y el nivel de producción, se genera un choque cultural entre la inserción de nuevos estilos de cerveza, haciendo aún más difícil la constante producción de esta bebida.

En estas circunstancias, empiezan problemas referentes a la capacidad de producción, tiempo pertinente para adquirir insumos y materia prima, señalización de áreas específicas en el espacio físico e infraestructura, distribución local del producto terminado, manejo de inventarios, control de clientes y distribuidores, manejo de desechos y producto terminado.

La empresa Cerveza Mestiza, al mes de junio de 2021, cuenta con tres colaboradores de planta, divididos en el área administrativa, producción y comercialización o ventas, de entre ellos sus actividades no están definidas a riguroso cumplimiento, pues sus funciones se alternan entre colaboradores, debido a la falta de señalización de roles y actividades a cumplirse, lo que genera sobrecarga de responsabilidades entre los miembros o llega a una inadecuada ejecución de sus actividades principales, en este contexto los miembros pertenecientes al área de producción se ven afectados directamente dado que sus actividades se alternan entre trabajo de planta y trabajo de campo referente a comercialización o venta directa del producto, así también como empaque, embalaje y distribución del producto.

Durante el periodo marzo – septiembre 2020, el sistema de gestión logística al igual que la mayoría de sus actividades se vieron en la obligación de detenerse, y junto a ello todas las

actividades competentes a la cadena de suministro y aspectos complementarios, necesarios para la elaboración y comercialización del producto, estos se vieron afectados por el desfase de tiempo, lo que generó al momento de la incorporación de los miembros de la empresa cierta indecisión en la ejecución de actividades, y una planificación empírica en función de su experiencia y movimiento mercantil observable al momento.

En el abastecimiento de la empresa se cuenta con proveedores de primera línea y debido a los convenios ejecutados gracias a la categorización artesanal se es posible la adquisición de materia primera de primera calidad como: maltas de Alemania, Bélgica y Chile; lúpulos de Estados Unidos o Alemania y cacao fino de aroma de Ecuador, lo que garantiza un producto de calidad con aromas intensos y sabores pronunciados en sus diferentes estilos. Con todo ello su abastecimiento se ve frenado por el volumen de producción, o disponibilidad de producto, ocasionando problemas al momento de ejecutar el pedido ya que se debe programar para varias producciones y con ello las cantidades necesarias para estas.

Los inventarios dentro de la empresa se realizan con el método tradicional “papel y lápiz”, sin un método estandarizado o de manejo continuo, lo que dificulta la contabilización de botellas, barriles, tanques de fermentación, tanques de maduración, maquinaria y soluciones para limpieza, que al momento de entrega de informes a la junta directiva suelen generar confusión en cuanto a cantidades vendidas, productos utilizados dentro de la empresa o productos utilizados como regalías externas, dificultando la determinación de la rentabilidad en cuanto a producción, abastecimiento y ventas de los diferentes productos sometidos a comercialización.

Dentro del parámetro de producción en la empresa posee varios manuales como: procedimientos en cocción, manejo y limpieza de equipo y maquinaria y control de calidad del producto semi terminado y terminado. Estos manuales ayudan a la inducción de los nuevos colaboradores a un mejor entendimiento del manejo de planta de la empresa. En este parámetro no existen modelos estándares de registros de producción y rotulaciones de productos lo que dificulta la identificación de producciones al momento de embarrilar o envasar.

La distribución del producto genera una fuerte problemática en cuanto a tiempos de entrega del producto a nivel local, pues la empresa cuenta con un solo vehículo que se dispone a esta actividad siempre y cuando la cantidad sobrepase a una caja de 27 unidades o un barril de 18 litros, menos de estas cantidades la persona en turno debe realizar la entrega bajo sus propios medios, pues la empresa no cubre gastos de movilización, a nivel nacional la empresa no cuenta con ningún medio propio de distribución, el cliente debe cancelar el valor de la encomienda junto con el precio del producto adquirido, lo que en algunas ocasiones puede generar molestias a los clientes y frena la recompra del producto y por consiguiente retrae la inserción del producto en otras localidades.

En la cadena de suministros de la empresa solo se ejecutan estos parámetros descritos: abastecimiento, producción, inventarios y distribución; lo que deja de lado parámetros como el almacenamiento, logística inversa, transporte, servicio al cliente y apoyo. Estos parámetros en

complemento ayudan a un mejor desarrollo de la empresa y un manejo óptimo de los recursos con los que cuenta esta.

Formulación del problema

¿Cómo ayuda el plan de sistema de gestión logística a mejorar el desarrollo de la empresa “Cerveza Artesanal Mestiza” de la ciudad de Riobamba?

Delimitación del problema

En la empresa Cerveza Artesanal Mestiza se describe la problemática alusiva a mejorar el plan de su sistema de gestión logística, para el adecuado manejo de su producto en la ciudad de Riobamba, teniendo como central su fábrica ubicada en la Av. Antonio Santillán y Evangelista Calero, del mismo cantón, donde se realizará la investigación en periodo abril – julio de 2021.

Justificación del problema

El sistema de gestión logística dentro de una empresa cuyo modelo de negocio está dedicado a la producción y comercialización de productos, se constituye necesariamente el papel principal de organización y toma de decisiones que sean capaces de integrar de forma coordinada a todas las áreas empresariales que conforman el proceso de ejecución de la cadena de suministros de la empresa.

La presente investigación se enfoca en delimitar los parámetros necesarios para brindar garantías en el buen manejo de recursos, al costo mínimo y con producciones eficientes y de calidad dentro de la empresa “Cerveza Artesanal Mestiza”, lo que motiva al coordinado desarrollo organizacional a fin de provocar una alta competitividad para el abastecimiento de la oferta de este tipo de bebida artesanal.

Como miembro activo de la empresa “Cerveza Artesanal Mestiza” desde el año 2019, en conjunto con la paulatina formación académica y la instrucción a cargo de las personas superiores inmersas en la producción y el mantenimiento de planta dentro la empresa, es posible adquirir la suficiente experiencia no solo en el área técnica del campo de especialización, sino también en áreas que complementan el motor de la empresa como la producción, control y supervisión del producto, gracias a ello se es posible contar con la información pertinente para determinar y tomar decisiones referentes a abastecimiento, almacenamiento, inventarios, talento humano y distribución de producto terminado, semi terminado e insumos.

Para la ejecución de la presente investigación dentro de la empresa se cuenta con material primario, ejecutable y observable para determinar las mejoras del plan de gestión logística propuesto, al formar parte del equipo de producción el tiempo es indefinido para toma de muestras y observaciones, en conteo de fuentes bibliográficas y de investigación se encuentran aspectos

relevantes a la logística y de cadena de suministros ideales para empresas dedicadas a producción y distribución de productos, dentro de la industria cervecera, el material informativo es escaso, pues al ser un campo en ciertas regiones monopolizado por multinacionales, las investigaciones son dirigidas a este tipo de empresas, tal es el caso de AB & InBev y Heineken Internacional.

La mejora al sistema de gestión logística ayuda a fortalecer el coordinado desarrollo entre colaboradores internos y externos, ayuda a que la empresa establezca procesos estructurados y óptimos que involucren aspectos que ayuden al desenvolvimiento de control adecuado de la cadena de suministros y sus indicadores como: abastecimiento, producción, distribución y transporte, servicio al cliente y apoyo, en estos recae el nivel de satisfacción y calidad de un producto de consumo.

Los beneficiarios directos serán los dirigentes de la empresa Cervecería Artesanal Mestiza, que, al conocer las actividades a ejecutarse dentro y fuera de la empresa, podrá visualizarse como una empresa líder en la distribución y ocupación territorial en la zona centro del Ecuador en cuanto a cerveza artesanal, lo que a la par genera nuevos puestos laborales y por ende un dinamismo de la economía local.

Objetivos

Objetivo General

Desarrollar un plan de mejoras del sistema de gestión logística para la empresa “Cerveza Artesanal Mestiza” de la ciudad de Riobamba.

Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual de la empresa “Cerveza Artesanal Mestiza” en sus diferentes parámetros administrativos y operativos.
- Delinear parámetros de mejora al sistema de gestión logística para la “Cerveza Artesanal Mestiza”
- Analizar los costos de implementación del plan de mejoras al sistema de gestión logística para la empresa “Cerveza Artesanal Mestiza”

Antecedentes investigativos

En México se lleva a cabo el trabajo de tesis “Servicio de distribución de producto terminado para clientes Premium, Grupo Modelo”, (Marín Alcaraz , 2018) efectuado en la Universidad Autónoma del Estado de México, donde indica que entre las industrias cerveceras mundiales destaca Grupo Modelo, cervecería mexicana con exportación de siete productos tipo cerveceros a más de 180 países en los cinco continentes, desarrollando diferentes plantas de producción y centros de almacenamiento y distribución, en función del mercado y con la intervención logística logra un mejoramiento en los procesos de distribución con enfoque hacia el cliente, sabiendo que el trato cercano puede optimizar también los procesos, rutas, servicio entre otras cosas.

Se publica la primera edición del libro “Cadena de suministro y Logística” (Carreño Solís, 2017) en Perú, donde conjuga material teórico y práctico que ayuda a comprender la problemática logística ya sea en indicadores como costos, exportación, nivel de servicio, recepción de materia, entre otros, brindando una visión amplia de la importancia de la cadena de suministro y logística, de sus posibilidades como herramienta útil para ser más competitivos en el mercado globalizado.

El libro “GESTIÓN LOGÍSTICA INTEGRAL: Las mejores prácticas en la cadena de suministro” (Mora García , 2016) en su segunda edición publicada en Bogotá – Colombia, nos ayuda a visualizar desde los inicios de la logística integral hasta la actualidad, los avances y desarrollos de la gestión empresarial en la cadena de abastecimientos y distribución. Además,

contempla diferentes aspectos que componen la logística integral, mostrando factores claves de éxito y su proyección como herramienta indispensable en la mejora de los procesos logísticos internos y externos. (“Gestion logistica - SlideShare”) Teniendo un enfoque en la descripción y aplicación de mejores prácticas en el ciclo logístico de abastecimiento y distribución de las mercancías, materia prima y productos terminados, desde su adquisición hasta la recepción del consumidor, complementándose con sistemas de información, costos, tendencias y proyecciones.

El trabajo de tesis de grado “Aplicación del sistema de control interno para mejorar la eficiencia del área de logística en la empresa constructora Rial Construcciones y Servicios SAC”, (Guevara Daga & Quiroz Huamani, 2014) efectuado en la Universidad Privada Antenor Orrego – UPAO, en Perú, nos demuestra que la implementación de un sistema de control interno permite mejorar la eficiencia al área de logística, donde crea un sistema apropiado basado en normas, procedimientos y políticas que cumpla con los requerimientos de la empresa.

En Ecuador se realiza la investigación “Mejoramiento de la productividad en el área de logística de la Compañía cervecera Ambev Ecuador” (Pacheco Reyes, 2015) en la Universidad de Guayaquil, Facultad de Ingeniería Industrial, la cual nos demuestra que se pudo obtener un ahorro considerable con la implementación del sistema de gestión, a la par un aumento en la productividad pese a la caída del volumen de ventas en relación con cifras anteriores.

La investigación “Propuesta de Mejoras al Plan de distribución de productos de la cervecería Nacional” (Gaona Gurumendi, 2019) realizada en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología, sede Guayaquil – Ecuador, concreta la mejora y optimización de tiempo de entrega esencial en un plan de distribución de rutas, conociendo el canal de repartimiento y acogida de los productos, siendo importante cubrir la demanda de los actuales y futuros clientes dentro del tiempo estimado, generan así, rutas accesibles para la óptima distribución de productos.

El trabajo de investigación “Propuesta de mejoramiento para la gestión de operaciones y logística en la empresa Balpisa Ecuador de la ciudad de Guayaquil” (Villegas Vega & González Marcillo, 2018) en la Universidad de Guayaquil, nos presenta un manual de funciones, políticas y procedimientos para el departamento de gestión de operaciones logísticas de la empresa, determinando y especificando las funciones y responsabilidades de cada miembro de los departamentos, lo que agiliza el desarrollo de la empresa y su posterior rentabilidad empresarial.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1. Marco teórico

1.1.1. Sistema de gestión logística

Tendrá que garantizar el cumplimiento efectivo y coordinado de los procesos que integran un sistema dentro de una empresa para brindar un producto de calidad y generar satisfacción de los consumidores, cada uno de los procesos que intervienen deben facilitar la obtención de dichos productos con la menor cantidad de recursos utilizados y el mínimo de riesgo presente.

Se ve ligado directamente con la cadena de suministros, pues, incurre en indicadores direccionados a planear, controlar, manejar almacenamiento y distribución y determinar costos.

El sistema de gestión logística se acoge a normas de estandarización como:

- ISO 9001:2015. Sistemas de gestión de la calidad
- ISO 14001:2015. Sistemas de gestión ambiental
- ISO 10012:2018. Sistemas de gestión de mediciones
- OSHAS 45001:2018. Sistemas de gestión de la seguridad y salud en el trabajo

1.1.1.1. Elementos del sistema de gestión logística

Los procesos que intervienen en el sistema de gestión logística deben considerarse para brindar la garantía de satisfacción de estos, teniendo así varios elementos incidentes para alcanzar los objetivos organizacionales: (Muñuzuri, Cortés, Ibañez Rivas, & Delgado Román, 2006)

- Señala los procesos.
- Determina la relación entre los procesos señalados.
- Indica los métodos para asegurar la eficacia de los procesos.
- Ejecuta las actividades para el desarrollo del método.

La gestión de recursos dentro del sistema de gestión logística se los puede clasificar acorde a las características, aporte y actividades realizadas, teniendo así:

- Talento humano. – el personal se capacita acorde a las responsabilidades adquiridas.
- Procedimientos. – métodos de ejecución, documentación, manual y evaluación.
- Materia prima. – insumos requeridos para la transformación a productos terminados.
- Infraestructura. – espacio físico donde se van a desarrollar las actividades.

Para una evaluación del sistema de gestión logística es pertinente tomar en cuenta indicadores como: servicio al cliente, servicio de proveedores, gestión de inventarios, transporte y distribución, almacenamiento y logística inversa.

1.1.2. Cadena de suministro

Es un grupo de indicadores, procesos y elementos que facilitan a las empresas la organización eficiente para desarrollar, producir un bien o brindar un servicio acorde a las necesidades del consumidor.

En una empresa se toma la cadena de suministro en cuenta desde el momento de recibir las materias primas, proceso de elaboración, producción final, medio de transporte y distribución de los bienes o servicios brindados.

Una cadena de suministro genera competencia entre los miembros participantes para llegar al objetivo planteado por una empresa, lo que en la observación determina la necesidad de crear vínculos cercanos entre los miembros para la marcha de interacciones simultáneas, sean estas de carácter interno o externo de la organización a la que se rigen.

El continuo avance y cambio del entorno social, económico y político donde se despliega la organización, pone al margen a estas para una reestructuración de su organización y sus esquemas objetivos acorde al desarrollo logístico, industrial, comercial y social al que se somete, enlazando a toda una comunidad en este entorno envolvente con todas las partes de la organización para la ejecución de un cambio empresarial interno y externo. (Mora Catellanos)

El alcance de esta se puede precisar acorde al nivel de proveedores más alejados del centro organizacional y los clientes que poseen influencia en los diferentes procesos que la involucran, la cadena de suministro se somete a una necesaria medición bajo los siguientes parámetros:

- Las medidas no consideran un todo en su desempeño
- Requiere enfoques externos a la organización
- Dispone la relación entre socios y colaboradores internos y externos.
- Establece las actividades que permitan desarrollar estrategias para alcanzar los objetivos
- Orienta al constante deseo de amplificar el paradigma organizacional interno.

1.1.2.1. Fases de la cadena de suministro

Se consideran cinco elementos principales que involucran un adecuado desarrollo de la cadena de suministro: proveedores, fabricantes, distribuidores, minoristas y cliente final. Dentro de estos elementos se consideran eslabones que se pueden desarrollar de manera individual o combinada entre aquellos que conforman la cadena de suministro, teniendo de esa forma a: inventarios, almacenamiento, medio de transporte, abastecimiento, producción, distribución física, apoyo y atención al cliente.

1.1.3. Principios para la planificación en la logística

En la logística y su planificación es requerirle la ejecución de varios principios que se acoplan a un correcto uso y manipulación de los diferentes recursos disponibles en una empresa. Con el pasar del tiempo varios autores refieren a este tipo de planificación como reglas, y según la zona de aplicación estos nombres pueden someterse a ligeros cambios para un entendimiento mejor hacia los lectores.

1.1.3.1. Principio del costo total

El entendimiento y comprensión de este es el factor fundamental para la aplicación correcta de la planificación logística, a este principio también se lo denomina dentro de varias investigaciones como: logística integral, balance de costos, etc.

Este principio hace referencia a los principales costos que intervienen en la logística y como estos se encuentran en discordancia con el uso de otros, considerando que al intentar reducir uno de estos posiblemente incurra en el aumento de otro costo logístico, en ello es importante una gestión integral de estos, haciéndolos parte del todo. (Solís, 2018)

Con el orden de los costos opuestos se ordenan y la posesión de inventarios, se puede determinar el lote económico de compra, los costos de ordenar se ligan a cuyas actividades involucren órdenes de compra independientemente del volumen adquirido de compra, sus componentes son: gastos administrativos de solicitud, cotización del proveedor, emisión de orden de compra y continuación del estado de la compra. Los costos de posesión se relacionan con los inventarios y el capital que se invierte en cada compra, es así que simultáneamente este tipo de costos elevan los costos de orden a los proveedores.

Al momento de coordinar estos dos tipos de costos se obtiene el equilibrio entre inventarios y orden, invirtiendo la misma cantidad de recursos como tiempo y trabajo físico en ordenar y en inventariar los diferentes recursos adquiridos.

1.1.3.2. Principio de la estandarización

La satisfacción del cliente radica en la variedad de productos ofertantes que, en sus características de costos sean de fabricación acelerada, módulos intercambiables y piezas a la medida del gusto o necesidades que el cliente requiera, una distribución de este tipo de productos acompañados de presentaciones innovadoras y accesibles, aumentan el costo de mantenimiento de inventarios y maquinaria, pero en compensación la demanda de este producto puede aumentar, dado que al mantener una constante producción se evita la compra de productos similares y al ser ajustables se acoplan al cliente.

1.1.3.3. Ley de Pareto en la logística

La aplicación de esta ley dentro de la planificación logística nos brinda la posibilidad de recolectar cantidades iguales de situaciones y oportunidades, por generalidad la ley de Pareto hace mención al 80% de los resultados obtenidos son fruto del 20% de los esfuerzos ejecutados, dentro de los factores de la cadena de suministros, se aplica a la gestión de inventarios y con mayor énfasis en aquellos cuyos costos de mantenimiento con mayores a los que tienen mayor rotación o demanda o a aquellos que poseen mayor espacio físico. (Carreño Solís, 2017)

1.1.4. Logística de Abastecimiento

Consiste en el control, organización y planificación de todas las actividades que interfieren en la captación de insumos necesarios en un establecimiento, los mismos que ayuden a la creación de nuevos productos o transformación y mejora de los mismos insumos adquiridos.

Conlleva el buen funcionamiento y aparcamiento de procesos, infraestructura, talento humano, apoyo tecnológico, plataformas investigativas y de información empresarial a fin de optimizar el proceso de producción, con relación a integrantes externos integra factores investigativos de oferta y demanda, proveedores, transportistas, distribuidores y distribuidores mayoristas y minoristas.

La cadena de abastecimiento considera los flujos físicos y administrativos de información coordinada para la planificación de aprovisionamiento de proveedores y transportistas para distribución y recepción, así como desarrollar planes estratégicos junto a los proveedores para agilizar el flujo de producción y evolución de nuevos productos. (Jiménez Sánchez & Hernández García , 2002)

Para una mejor relación entre proveedores se generan convenios a largo plazo con pequeños grupos de estos, con la finalidad de estructurar alianzas estratégicas, basados en el principio “ganar – ganar” que se transforman del tradicional “compra – venta”.

El sustento de la cadena de abastecimiento radica en involucrar a los clientes y proveedores principales para conseguir una reducción en los tiempos del ciclo de pedidos y entregas de los diferentes recursos que son utilizados en la generación de los productos, bajo este concepto el proveedor coordina una estrecha relación con la organización para un abastecimiento pronto. Con el avance tecnológico este tipo de relaciones se pueden entablar de diferentes formas a las tradicionales donde la organización debía acercarse físicamente al proveedor, en cambio ahora pueden desarrollarse con la ayuda de medios virtuales ideales para el intercambio de información en tiempo real.

Dentro de la cadena de abastecimiento se detallan las diferentes actividades desarrolladas por las organizaciones ya sean estas industriales, comerciales y de servicios, y como dentro de ellas existen enfoques relacionados entre sí, teniendo de esta forma:

- Organizaciones industriales. – también denominadas de transformación de productos, posee tres funciones: abastecimiento de materia prima, transformación de recursos en producto listo para la comercialización y distribución y venta de los productos terminados.
- Organizaciones comerciales. – se dedican al abastecimiento y distribución de los productos terminados, posee dos alternativas: el abastecimiento se coordina directamente con el fabricante en comercios mayoristas y la distribución se coordina a través de los comercios detallistas para su posterior entrega al consumidor final.
- Organizaciones de servicios. – su servicio es intangible, pues tiene como centro la satisfacción de las necesidades de los clientes.

1.1.5. Logística de Almacenamiento

Un almacén es un sistema que combina la acogida de insumos necesarios para la producción, distribución o conservación de elementos con la infraestructura física, talento humano, equipo y maquinaria requeridos en la transformación de materia prima en productos terminados o listos para la venta al consumidor final.

Su objetivo a más de la ubicación adecuada y al menor coste posible, es también el manejo de la rotación del producto acorde a los datos inventariados, el movimiento de los productos evitando la cantidad excesiva de manipulación y actualización rápida y efectiva de inventarios.

Dentro de la cadena de suministros el almacenamiento distingue dos tipos de infraestructuras, la prima se encuentra orientada al almacenamiento de materia y elementos y la segunda se enfoca en facilitar el flujo de estos.

Para el almacenamiento existen varios tipos o formas de manejo, teniendo así:

- Almacén de uso general. – orientado a preservar los elementos sometidos a inventarios dentro de la organización, hasta que estos sean utilizados, su objetivo es aprovechar el mayor espacio disponible a fin de reducir costos de mantenimiento.
- Plataformas de consolidación. – agiliza la movilización de materiales, se utiliza este tipo de plataformas cuando se tienen varios puntos de origen con un punto de llegada generalmente ubicado en otra localidad.
- Centros de distribución. – en sus instalaciones se combinan plataformas de consolidación y uso general, trasladando los productos a mayor tiempo y reduciendo costos operacionales, en este tipo de almacenamiento es común que se agregue el valor adicional de servicios.

Existen varios materiales dentro de un almacén que se relacionan en el desarrollo de las actividades simultáneas de la organización, por ello que el manejo de estos debe llevarse a cabo de manera eficiente con el fin de conseguir una mayor productividad del almacén, reducir costos de operación y utilizar la mayor infraestructura posible del almacén.

1.1.5.1. Unidades manipulables

Para la manipulación adecuada dentro del almacenamiento de elementos es necesario la utilización de unidades estandarizadas, para una mejor comodidad y ajuste mundial el pallet es la unidad más utilizada para el transporte de productos y almacenamiento de estos, esta unidad consiste en una plataforma elaborada en madera, plástico o cartón prensado, que facilita la reunión de elementos sobre su superficie a fin de facilitar su movilización dentro del almacén y su transporte en los diferentes medios. A esta unidad estandarizada se suman varios métodos de manipulación como cajas, sacos, bultos, bidones y barriles en caso de ser carga líquida.

Estas unidades manipulables pueden ser almacenadas mediante dos sistemas:

- En bloque. – se apilan una encima de otra, acorde a la cantidad de peso que resiste la unidad de manejo junto con la carga, su mayor ventaja es la utilización del espacio físico del almacén y bajo costo de mantenimiento.
- En estanterías. – los elementos se colocan sobre estructuras con plataformas o pisos, ya sean productos individuales o unidades manipulables como pallets y cajas, su ventaja radica en el aprovechamiento de la altura del almacén.

1.1.5.2. Métodos de flujo de salida de productos

Para la salida de los diferentes elementos o productos de un almacén existen tres métodos:

- *First In, First Out.* – También llamado por sus siglas FIFO, alude al primero en entrar, primero en salir, lo que prioriza la salida del primer producto que entro.
- *Last In, First Out.* – También llamado por sus siglas LIFO, alude al último en entrar, primero en salir, lo que prioriza la salida del producto que llevo al último.
- *First Expiration, First Out.* – También llamado por sus siglas FEFO, alude al primero en expirar, primero en salir, lo que prioriza la salida del producto próximo a la fecha de expiración.

1.1.6. Estanterías

Estructura de metal o plástico ideal para la colocación de unidades de manipulación, la selección del tipo de estantería varia acorde a parámetros como la variedad de elementos por almacenar, cantidad por tipo de elemento y métodos de flujo de salida de los elementos.

Existen varios tipos de estanterías que se adecuan a la infraestructura del almacén o las necesidades de entrada y salida del producto, así tenemos los siguientes tipos de estanterías:

- Estanterías frontales para pallets. - Poseen una profundidad simple, que facilita la entrada de pallets lo que permite la salida pronta de pedidos, requiere grandes espacios de movilización entre pasillos para el uso de maquinaria de manipulación. Cualquier método de flujo de salida de producto es aplicable en este tipo de estanterías.
- Estanterías de acumulación para pallets. - Denominadas también *drive in*, aprovecha el espacio del almacén, generalmente utilizado en productos homogéneos, pues no cuenta con pasillos intermedios para entrada de maquinaria de manipulación. El método de flujo de salida de producto más utilizado en este tipo de estantería es el LIFO.
- Estanterías de acumulación dinámica por gravedad para pallets. - Debido a su ligera inclinación, este tipo de estanterías ayuda al deslizamiento de los pallets a través de ranuras con rodillos, ingresan por el extremo más alto y se retiran por el más bajo, el método de flujo de salida de producto es el FIFO.
- Estanterías de cargas ligeras. - Adecuadas para producciones cortas o productos frágiles, pueden ser móviles que ayuden al desplazamiento de estas y con ángulos ranurados ideales para productos pequeños.
- Estanterías de cargas largas. - Llamadas también *cantiléver*, se conforman por brazos voladizos ideales para almacenamiento de barras, perfiles o tubos.

1.1.7. Logística de Inventarios

En una organización dedicada a la transformación de materia prima se refieren a elementos y sustancias que se acumulan en depósitos y se clasifican acorde a su naturaleza, un inventario es entonces una forma o manera de contabilizar los elementos existentes en un lugar, todo aquel que pueda ser medido o contado dentro de un ambiente controlado debe estar sometido a inventarios, por ejemplo: materia prima, piezas y acoples, productos semielaborados, productos terminados, y demás elementos que se involucren en la cadena de suministro. (Carreño Solís, 2017)

Con la aplicación del “*Just in time*” es posible la reducción de la utilización de estos, pues se utilizan en los almacenes, medios de transporte y puntos de distribución. pero a la naturaleza de la organización es imprescindible la demanda del producto, por ello la utilización de inventarios es necesaria.

Un adecuado manejo de inventarios dentro y fuera de la organización, garantiza al cliente la adquisición de los diferentes productos en el momento que este lo requiera, ayudando de esta forma a un aumento de confianza del producto y por consiguiente mayor ventas.

El inventario nos ayuda a determinar los tiempos y modo de entrega de un producto, facilita parámetros para la logística de abastecimiento y se complementa con la de almacenamiento, se puede dividir entre dos modos de organización:

- Internos. – Refiere a la cantidad de materia prima, envases, empaques, embalajes, maquinaria y equipos que posee la empresa.
- Externos. – Clientes y distribuidores de producto terminado, proveedores de materia prima y entidades encargadas de mantenimiento de maquinaria y equipos,

La acumulación de productos al igual que posee sus ventajas como la mejora a la atención al cliente y disponibilidad de producto inmediato, también genera desventajas organizacionales, pues requiere de un costo para mantenimiento del almacén, conservación del producto, oculta problemas de producción e inmoviliza el flujo de dinero que podría ser utilizado en pro de mejoras de la organización que podría ser utilizado para proyectos de eficiencia, adquisición de tecnología y maquinaria e inversiones en otros productos. (Carreño Solís, 2017)

1.1.8. Despacho de producto

Manera y método de entrega de bienes y servicios a diferentes puntos de almacenamiento y comercialización donde se colocan a disposición de los consumidores.

Para la salida del producto se requiere la organización de las unidades de carga en la salida, las guías de remisión, facturas, permisos y demás documentos que interfieren en el movimiento legal del producto son emitidos por el sistema interno de la organización, la carga debe estar acorde a los pesos previamente establecidos por el comprador.

1.1.9. Medio de transporte

Son vehículos que se utilizan para el traslado de personas o mercancías. Esto permitiría una primera clasificación. No obstante, en muchos casos, estos medios de transporte pueden transportar a personas y mercancías al mismo tiempo. (“Tipos de transporte - Qué es, definición y concepto ...”)

1.1.10. Modo de transporte

Las personas escogen el modo de transporte acorde a la distancia que se quiere recorrer y el destino al que se quiere llegar, dependiendo de estos factores se toman en cuenta transportes de larga, mediana o corta distancia y capacidades acorde a las necesidades de transporte ya sea de personas o carga general o de características específicas.

- Modo de transporte Aéreo. - Es el modo más rápido y con precios más elevados, su infraestructura esta adecuada para el despegue y aterrizaje de aeronaves, helicópteros,

mecanismos de dirección aerostática, teleférico, avionetas, etc. Se transportan mercancías de gran valor, entrega urgente o perecederos.

- Modo de transporte Marítimo. - Se conforma por estructuras capaces de mantenerse a flote sobre el agua, canoas, buques, barcos, lanchas, veleros, submarinos, etc. Puede trasladar gran cantidad de carga y por distancias más largas.
- Modo de transporte Terrestre. - Es el único modo de transporte capaz de ofrecer el servicio puerta a puerta como vehículos motorizados de dos o más ruedas, vehículos no motorizados de una o más ruedas, etc. En el transporte de carga se dividen en transportistas de carga completa o *Truck Load* y transportistas de carga consolidada o *Less Than Truck Load*. Existen diferentes tipos de unidades de transporte como: tracto camión, semirremolque y remolque.
- Modo de transporte Ferroviario. - Estructuras capaces de movilizar sobre rieles o afines, trenes, tranvías, subterráneos, ferrocarril, etc. Diseñados para recorrer grandes distancias con velocidades bajas, transportan usualmente carga a granel de bajo valor como minerales para construcción, cereales o madera.

1.1.11. Guía de remisión

Es el documento que sustenta el traslado de mercaderías dentro del territorio nacional, el mismo es emitido por el remitente por motivo de compraventa o prestación de servicios que incurran en uso, transformación o concesiones de dichos bienes o servicios.

Existen varios tipos de guías de remisión que pueden ser emitidas, tales como: venta, venta condicional en confirmación del comprador, compra, consignaciones, devoluciones, traslado entre establecimientos de la misma entidad, recogida de bienes, traslado a zonas primarias y de emergencia, importación, exportación, venta a terceros y exhibiciones.

1.1.12. La carga

Es un conjunto de productos que se encuentran agrupados en diferentes unidades de manipulación, lo que facilita su movilización y almacenamiento. Existen diferentes tipos de carga que varían acorde al medio de transporte y la naturaleza de esa. (Carreño Solís, 2017) Según el medio de transporte a utilizar para la movilización, el tipo de carga que conforma por aquellos elementos que necesitan el uso de algún tipo de envase o embalaje, a estos se los puede calificar acorde a la preparación utilizada, teniendo así:

- Carga suelta. – también denominada de preparación mínima se conforma por los elementos que se transportan o manipulan de forma individual o por separado como sacos, paquetes, bultos, entre otros.
- Carga unitarizada. – también es denominada como carga preparada se conforma por elementos reunidos en una unidad estándar de almacenamiento como pallets o contenedores TEU o FEU.
- Carga a granel. – este tipo de carga no requiere embalaje, agrupamiento ni unitarización, suelen ser líquidos como el petróleo, o sólidos como granos secos o materiales de construcción, su almacenamiento se da por silos y tanques.

Por la naturaleza de la carga se debe seleccionar el tipo de transporte y procedimientos de unitarización, acorde a esto, la carga puede ser:

- Carga perecedera. – aquella que posee un tiempo límite de consumo o condiciones térmicas de conservación, estos requieren de conservantes adicionales, envases adecuados y transporte con un control de temperatura constante.
- Carga frágil. – aquella que requiere trato especial por la senilidad al contacto brusco entre ellos o con otros materiales, pues tienden a romperse o perder su forma, requiere un embalaje propicio para este tipo de carga y junto a ello indicaciones de uso y manejo en transporte y almacenamiento.
- Carga peligrosa. – aquellos de naturaleza explosiva, corrosiva, inflamable, radiactiva o cualquier otra característica que genere un daño al transportista, medio ambiente o pueda ocasionar accidentes, entre los comunes están el petróleo, veneno, combustibles y productos químicos.
- Carga especial. – o de dimensiones y pesos especiales, es aquella que sobrepasa los límites de unitarización, aumentando el precio por flete.

1.1.13. Sistema de gestión logística Grupo Modelo (AB & InBev)

Grupo Modelo, quien al año 2021 se ha convertido en el pilar fundamental para Anheuser Busch InBev, multinacional belga con una cuota de producción mundial del 21%, internacionalmente se distribuye a más de 180 países, abarcando los cinco continentes y con cerca de 50 productos en el mercado internacional, la empresa mexicana es la sexta en el mundo en producir cerveza. (Limberger & Tulla, 2015)

En octubre de 1922 se inicia la construcción de Cervecería modelo, a los tres años se funda Grupo Modelo, una consolidación de varias cervecerías pequeñas de México, donde sus plantas empezarían a producirían: Cerveza Modelo de tipo Stout o cerveza negra/oscura, Cerveza Corona de tipo Lager o rubia/clara y Cerveza Modelo de tipo Barril en cuartos y octavos de litro, solo tres años después sus ventas llegaron a más de ocho millones de botellas. (Modelo, 2021)

En 1943 adquiere la Cervecería del Pacífico, en Mazatlán, Sinaloa, y la Cervecería La Estrella en Guadalajara, Jalisco, internacionalmente para el año 1985 inician con envíos de cerveza a Japón, Australia, Nueva Zelanda y algunos países de Europa. (Rico , Mendoza , & Rivera , 2000)

Al año 1997 pone en marcha la producción de la planta de Zacatecas, considerada al año 2021 como la cervecería más grande del mundo, para el 2013 pasa a formar parte de AB & InBev y en 2015 incrementa su capacidad de producción de malta a 125.000 toneladas por año, forzando así para el 2017 en su planta de Yucatán, la producción de siete millones de hectolitros al año con mira a expansión del doble de capacidad

1.1.14. Sistema de gestión logística Cervecería Nacional

Cervecería nacional inicia en 1887, vendiendo hielo y cerveza rubia, a la cabeza de dos guayaquileños en el barrio Las Peñas quienes darían el nombre de “Guayaquil Lager Beer Brewery Association”, 26 años después iniciaría con la venta de Pilsener, la hoy cerveza rubia más popular del Ecuador.

Al año 2005 Cervecería Nacional pasa a tener como mayor accionista a SABMiller, una de las cervecerías más grandes del mundo, con alcance en cinco continentes en más de 60 países, cuenta con 18 cervecerías que poseen la capacidad de producir 44.8 millones de hectolitros anuales, entre cerveza, agua y jugo. Cervecería Nacional cuenta con dos plantas de producción y distribución en Guayaquil y Quito, donde además de elaborar cerveza, también se dedican a producir bebidas malteadas sin alcohol y agua embotellada, su producción va más allá de los cuatro millones de hectolitros al año. (Nacional, 2018)

Cervecería Nacional a la cabeza de José Luis González tiene más de 1000 accionistas y forma parte de AB InBev lo que ha ayudado a generar directa e indirectamente medio millón de empleos a ecuatorianos y extranjeros, precautelando la calidad de su producto y la familiaridad del servicio al cliente, en las dos plantas de producción operan 1530 personas, mientras que a manera de distribución se cuentan 125.000 establecimientos de venta en todo el país. (Cantos, 2014)

En 2009 bajo concesión se constituye la Empresa de Distribución de Cervecería Nacional – SABMiller en Ecuador, DINADEC, esta se encarga de la distribución de bebidas de diferentes tipos, entre agua embotellada y gaseosas, pero cuenta con un contrato de distribución exclusiva para Cervecería Nacional. Anheuser Busch InBev al año 2016, gracias a relaciones internacionales y fusiones de multinacionales, se convierte en la entidad con más acciones, lo que trae consigo inversión y dinamismo de productos. (Almeida, 2020)

1.1.15. Cerveza Artesanal Mestiza

Cerveza Mestiza es un emprendimiento joven, ubicado en la sierra ecuatoriana, en el cantón Riobamba provincia de Chimborazo.

En el año 2012, comienza el camino por encontrar una buena receta, que se adapte al paladar, gusto y hábito de consumo del cliente, sobre todo de los consumidores más cercanos, es decir los de la provincia de Chimborazo y zona centro del Ecuador.

De igual manera, busca un nombre de marca que impacte y, en especial, que esté arraigado a las tradiciones, cultura e identidad ecuatoriana.

Es así como el nombre para la cervecería nace de la mixtura de sabores e ingredientes que se colocan para la elaboración de esta bebida malteada, dando así paso a “Mestiza”, pues es un mestizaje entre insumos importados de Chile, Alemania, Inglaterra, Patagonia, Estados Unidos y Brasil, con insumos propios de nuestro país como el cacao, frutas, granos y especias de temporada.

A lo largo de estos años cerveza Mestiza se ha consolidado como una de las cervecerías más fuertes en la industria cervecera tipo artesanal del centro del país, pues ha sido percibida por cervecerías pequeñas, nuevas o con poco tiempo en el mercado, como un referente de fortaleza, crecimiento y calidad productiva.

1.1.15.1. Estilo Diabla Ale.

La cerveza Diabla Ale es un estilo de tonalidad rojiza con toques caramelos y lupulación suave el nivel de gasificación es medio lo que intensifica la percepción de los sabores al paladar del consumidor, debido a la cantidad de azúcar en maltas esta cerveza tiene a adquirir gran nivel alcohólico bordeando cerca de siete a nueve grados en nivel alcohólico sobre volumen.

Su densidad es bastante ligera y tiempo de fermentación es medio además que su maduración es de tiempo prolongado y extendido gracias al nivel alcohólico se puede conservar por mucho tiempo sin la necesidad de añadir preservantes o complementos que inhiban la producción de microorganismos que afectan o varíen el sabor y calidad de la bebida.

1.1.15.2. Estilo ecuatoriana Stout

La cerveza ecuatoriana Stout posee una tonalidad de color negra esto debido a la gran cantidad de Malta tostada y cacao que utilizan en su elaboración, al poseer características fuertes en aroma y amargor esta tiene una densidad y tiempo de conservación superior a los demás de estilos, el tiempo de fermentación de este estilo es mínimo mientras que el tiempo de maduración es un tiempo prolongado y extendido pues al tener mayor densidad y menos azúcar en Malta es necesario que cumpla con los días establecidos para que pueda generar contenido alcohólico,

Este estilo se caracteriza por la cremosidad de su espuma y gasificación fuerte en el paladar del consumidor lo que la hace una cerveza robusta y potencialmente amarga la lupulación es fuerte lo que ayuda a conservar las tonalidades sabores y amargor características de este estilo, su contenido alcohólico puede variar acorde al tiempo de maduración que puede llegar a ser de 6 a 8 grados alcohólicos.

Este estilo además de ser un característico de cervecerías de estilo inglés es con la que inició la producción en cervecería mestiza por lo que la convierte en un símbolo identificación y crecimiento de la empresa.

1.1.15.3. Estilo Rubia Pale Ale

El estilo Rubia Pale Ale es el más útil y suave elaborado en la empresa pues sus características sutiles al paladar como el nivel de gasificación y densidad la hace muy digerible al consumidor tomándola como estilo de preferencia general, sin dejar de lado que al ser un estilo inglés también conserva características propias de este tales como el nivel de carbonatación cantidad de lúpulo utilizado y tiempos de maduración y fermentación.

1.1.15.4. Estilos especiales o de temporada

Estilos especiales son aquellos que se derivan de los tres estilos principales mencionados anteriormente estos gracias a los sobrantes generados del día de la elaboración donde se puede agregar frutas o esencias de la temporada para así brindar una gama extensa de estilo sabores y sentidos al paladar al consumidor dado la naturaleza de este estilo sólo se realiza por pequeños lotes para su posterior distribución en taps de cerveza esto se comercializan sólo en la planta y en la sucursal de su bar restaurante.

Por la naturaleza de este estilo sólo se puede encontrar en barriles ya que no se los embotella o se comercializan de forma constante como los tres estilos principales que son la base fundamental de la empresa.

1.1.16. La cerveza en la historia

En el mundo, la cerveza es la primera bebida de fermentación alcohólica elaborada con cereales; trigo, maíz, malta, cebada, centeno, avena, espelta, sorgo, mijo, arroz, entre otros, esta bebida data de cuatro mil años antes de Cristo, en el pueblo sumerio, donde se registra la primera receta conservada sobre la elaboración y consumo.

El papel de las mujeres en la elaboración de esta bebida es de vital importancia pues serán quienes no solo le darían vida a esta bebida, sino que la perfeccionaron, siendo tanto su influencia que se le atribuyeron los conocimientos entregados a diosas como Ninkasi de la civilización Sumeria y Osiris de la civilización egipcia.

Sería en Egipto, donde se fomentaría un consumo prolongado y de calidad ya que en sus toneles llegaban a producir cerca de cuatro millones de litros al año en el tiempo de Ramsés II, era tan preciada la bebida que los agricultores utilizaban la cebada como moneda y los graneros estaban destinados exclusivamente para su elaboración, no obstante, también utilizaban espelta, una variedad del trigo de menor costo.

Con el precedente egipcio iniciaría la extensión y modificación de esta bebida acorde a las sociedades y suplementos cultivables, acorde a la localidad, sin desviarse de su elemento principal, la cebada, en algunos casos añadiendo uva, miel, arroz, maíz, entre otros que ayudaban ya sea a conservarla mejor o a darle sabores, tonalidades o texturas diferentes.

Cerca del año 1000 después de Cristo, la abadesa Santa Hildegarda, sería la primera en añadir antes de la fermentación, lúpulos y especias para aromatizar, dar amargor y prolongar la vida de la cerveza, al estar ligada su producción con la iglesia, serían los monjes quienes la controlaban como un monopolio y a su vez descubrieron un nuevo fermento, la levadura.

Pero no sería hasta que en la edad media comenzaría su producción de manera laica y dado que se encontraba concesionada la cebada, se llegó a crear el “*Reinheitsgebot*” o la “Ley de la Pureza”, que determina que la cerveza debe contener como únicos ingredientes agua, lúpulo, malta y levadura, algo que se ha mantenido como principio a lo largo de todo el mundo y en la mayoría de los principios de cerveceros artesanales. (Cervecistas, s.f.)

1.1.17. La industria cervecera tipo artesanal en Ecuador

En Sudamérica se le atribuye la primicia al Fray Jodoco Rique, quien en 1535 arriba a Quito, siendo un sacerdote franciscano, erudito, matemático, artista y por supuesto, cervecero, destinado a predicar y enseñar la religión, en paralelo a su llegada trae consigo semillas de uva, trigo y cebada, para ese entonces en el año 1551 empieza la edificación de la Iglesia de San Francisco, que sería donde daría vida a la primera cerveza para el año 1566.

Los monjes franciscanos serían quienes continuaron con la elaboración luego de que el Fray Jodoco en el año 1569 se traslada al convento de Popayán, donde permaneció hasta el último día de su vida en 1578, con los conocimientos impartidos por el Fray Jodoco se irían constituyendo cervecerías a lo largo del país y de Sudamérica. (Vinnymoy, 2019)

En los años posteriores se crearían cervecerías como “La Ideal” en el año 1882 en la ciudad de Quito, siguiendo sus pasos para el año 1900 nace “Cervecería la Victoria” en la misma ciudad, para el año 1913 iniciaría “Cervecería Nacional”, siendo esta un hito, precedente y ejemplo de evolución de artesanal a industrial, manteniendo la calidad en cada proceso hasta llegar al producto final.

En Ecuador para el año 2020 se contabilizaban 66 cervecerías artesanales, esto según los registros de seguimiento y base de datos de cervecerías legalmente constituidas y que trabajan bajo las condiciones que brinda la Agencia Nacional de Regulación, Control y vigilancia Sanitaria, entidad anexa al Ministerio de Salud Pública, en conjunto suman más de 130 estilos de cerveza, entre color, sabor, y otras propiedades. (Paredes, 2019)

1.1.18. Referentes de cervecerías tipo artesanal

1.1.18.1. Cervecería Artesanal Latitud Cero

Juan Pablo Eljuri, inicia en 2012, elabora cervezas inspiradas en el estilo europeo clásico de países como Alemania, Inglaterra, Irlanda, Bélgica y la República Checa, su principio se basa en la utilización de ingredientes tradicionales y el “Reinheitsgebot” donde solo permite la cebada malteada, el agua, el lúpulo y la levadura para la fabricación de cerveza.

La cerveza está hecha en pequeños lotes y utiliza los mejores ingredientes naturales, cumpliendo con todos los requisitos de salud y seguridad del gobierno para el consumo local y las exportaciones. Por lo que incluso si alguna cervecería alcanza el 99% del mercado, Cervecería Latitud Cero ofrece a los amantes de la cerveza la oportunidad de elegir una cerveza diferente en países como los EE. UU., Perú y Puerto Rico. (Cero, 2014)

1.1.18.2. Samuel Adams Boston Beer Company

En 1989 Boston Brewery elabora varios tipos de cerveza incluyendo la Boston Lager, abriendo sus puertas al público siendo la única de la franquicia en hacerlo, pues las fábricas de Ohio, Cincinnati y Pensilvania se dedican exclusivamente a la producción a puerta cerrada, su estilo es de color dorado en tonalidades ambar con sabor liso al paladar gracias a la inexistencia de amargor presente en boca. (BeerHouse, 2021)

La cervecería toma el nombre del padre fundador de Estados Unidos, quien aparentemente hereda la fábrica de su padre, escribiéndole en ocasiones como cervecero y en otras como maltero, Samuel Adams reemplaza a Budweiser y se convierte en la cerveza oficial de los Boston Red Sox desde el 2011 hasta el 2025. (Independientes, 2021)

1.1.18.3. Sierra Nevada Brewing Company

Fundada en 1979 por Ken Grossman y Paul Camusi. Ubicada en Chico, California, Sierra Nevada vendió su primera cerveza en febrero de 1981, al año 2021 es una de las cervecerías más populares que operan en los EE. UU. La cervecería produce casi 700.000 barriles de cerveza cada año. (Wikipedia, 2020)

La cerveza Pale Ale se distribuye en los cinco continentes, el estilo que se caracterizan por la gran cantidad de lúpulos que data del año 1980 donde comienza con la adición de Cascade, un lúpulo de aroma intenso a pino y concentración cítrica al paladar. (Nevada, 2021)

1.1.18.4. Greene King Bury St Edmunds

Fundada en 1799 por Benjamín Greene a la edad de 19 años, inicia con cervezas de tipo Ale, en 1836 Edward Greene se hizo cargo del negocio y en 1887 se fusionó con el negocio cervecero de Frederick William King para crear Greene King.

La cervecería Greene King en Bury St Edmunds produce cervezas con la marca de las cervecerías ahora cerradas, incluidas Morland (Old Speckled Hen), Ruddles , Hardys & Hanson y Tolly Cobbold y la fábrica de cerveza Belhaven en Dunbar sigue funcionando en Escocia, Greene King se considera el mayor minorista del Reino Unido pues el grupo opera 3.100 pubs, restaurantes y hoteles, al año 2021 estos se redujeron a 2700 establecimiento en donde distribuye cerveza de barril como: Greene King IPA, Old Speckled Hen y Abbot Ale, Ruddles, St Edmunds y Olde Trip. Cabe recalcar que su estilo se ha mantenido en barril de conservación tipo cask Ale. (King, 2021)

1.1.19. Cerveza industrial

Para que una cerveza llegue a considerarse industrial, debe pasar por un arduo camino de evolución, estandarización, protocolos y regularización, lo que le permite producir en grandes cantidades de manera continua, prolongada, y sin un costo excesivo en la adquisición de su materia prima, pues en su mayoría no utilizan el Reinheitsgebot, añaden suplementos, clarificantes, cereales sustitutos para la malta como arrozillo, maíz o trigo, y conservantes, por lo que esta cerveza llega a producirse en el tiempo mínimo con propiedades básicas y poseen un tiempo de vida más alto que el habitual.

1.1.20. Referentes de cervecerías tipo industrial

1.1.20.1. Cervecería Nacional (AB & inBev)

Nace en 1887 bajo el nombre de “Guayaquil Lager Beer Brewery Associatios” con la venta de hielo y cerveza rubia, al año 1913 lanza a la venta Pilsener iniciando así con la cerveza más popular del Ecuador, en el año 2005 SABMiller compra la mayor parte de acciones, transformando el nombre en “Cervecería Nacional”, 11 años después pasaría a formar parte del gigante cervecero AB & InBev (Nacional, 2018)

1.1.20.2. Heineken Ecuador (Heineken International)

Heineken es un potente industrial en el mundo cervecero, el cual adquirió Biela y Bebidas del Ecuador, AmBev Ecuador y Cervecería Sudamericana, en Ecuador su planta de producción se encuentra en Guayaquil, sería para el año 2018 donde iniciaría esta absorción de industrias cerveceras, empieza con Biela dándole un rediseño de marca y aumenta su cartera de productos. Al siguiente año se haría oficial la compra de Biela por parte de Heineken Internacional, comenzando a inyectar inversiones superiores a los 100 millones de dólares, esto según la rueda de prensa dada por los directivos de Heineken y Pablo Campana, ministro de Comercio exterior y producción, lo que significa un considerable incremento en el PIB, plazas nuevas de trabajo, mayor cantidad de productos ofertados y un mejor nivel de vida económica. (ElComercio, 2019)

1.2. Marco conceptual

1.2.1. *Ángulos de protección*

También conocidos como cantoneras son utilizados para proteger el empaque de la cinta de amarre, eslingas o flejes que ayudan a estabilizar la carga, estos pueden ser de varios materiales y se colocan acorde al tipo de carga que generalmente es uniforme.

1.2.2. *Compra*

Acción de intercambio donde el comprador adquiere un bien o servicio que satisface sus necesidades y cancela un valor monetario al vendedor.

1.2.3. *Consignación*

Es un acuerdo de venta entre una entidad que se responsabiliza por vender el producto de otra entidad productora y este responde con el valor monetario únicamente de las unidades vendidas.

1.2.4. *Contenedor FEU*

El contenedor *Forty for Equivalent Units*, es una caja de metal cuyas dimensiones están estandarizadas, posee un volumen exterior de 38.51m^3 sus medidas están dadas en pies, teniendo 40 de largo, ocho de ancho y ocho de alto, su peso máximo es de 29 toneladas sin tara.

1.2.5. *Contenedor TEU*

El contenedor *Twenty for Equivalent Units*, es una caja de metal cuyas dimensiones están estandarizadas, posee un volumen exterior de 38.51m^3 sus medidas están dadas en pies, teniendo 20 de largo, ocho de ancho y ocho de alto, su peso máximo es de 21600 kg sin tara y su capacidad es de 33 m^3 .

1.2.6. *Contenerización*

Las unidades manipulables son ubicadas dentro de un contenedor TEU o FEU, acorde al volumen de carga a transportar se escoge el contenedor adecuado, estos funcionan a su vez como un embalaje adicional.

1.2.7. Deshidratantes

Están conformados por materiales especiales que absorben la posible humedad dentro del producto, por lo general se usan en ropa y zapatos.

1.2.8. Devolución de producto

El comprador regresa el producto adquirido, el vendedor determina en qué condiciones se recibe el producto y acorde a políticas internas de la organización se determina el reintegro del valor cancelado o no al comprador.

1.2.9. Embalaje

Materiales utilizados para adecuar el producto para el almacenamiento, transporte y conservación del producto pueden ser de varios tipos acorde al tipo de producto que se desea transportar o manipular.

1.2.9.1. Embalaje combinado

Se compone por un embalaje interno y un externo, esto cuando se pretende la colocación de varios productos dentro de un mismo empaque. Generalmente usado en el transporte de carga frágil.

1.2.9.2. Embalaje estanco

Se conforma por un embalaje impermeable externo y en su interior se coloca un forro sellado longitudinalmente y en un extremo para formar un saco, dejando cabida para el posterior sellado manual del saco y sellado del embalaje exterior.

1.2.9.3. Embalaje exterior

Compuestos por diferentes materiales ya sean impermeables, absorbentes o de relleno, ayuda a proteger la carga interna y ayuda en la manipulación.

1.2.9.4. Embalaje intermedio

Se ubica como soporte de protección entre el envase interno y el embalaje externo.

1.2.9.5. Embalaje de socorro

También llamados de tipo T, adecuado para mercancías peligrosas con daños o fugas o el envase primario se haya perforado generando fugas.

1.2.9.6. Embalaje listo para vender

Llamado también *Retail Ready Packaging* o RRP por sus siglas, se conforma por un diseño llamativo y que agilice la entrada en las estanterías de los diferentes establecimientos de venta.

1.2.10. *Empaque*

Protege al producto y lo cella del contacto con el exterior a fin de ser manejable para la distribución y entrega, se considera también como la presentación al distribuidor de un producto terminado, estéticamente tiene gran denote visualmente activo, pues, será quien porte la marca del producto y especulación sobre el producto terminado, se conocen varios tipos de empaque que pueden ser utilizados.

1.2.10.1. *Empaque de papel*

Utilizado como envoltorio de productos pequeños de peso ligero y no frágil. Es adaptable al producto y su costo de producción es bajo, además de tener la posibilidad e personalización acorde a las necesidades del producto.

1.2.10.2. *Empaque de cartón rígido o corrugado*

Se acoge a las dimensiones de cualquier producto independientemente si su manejo es frágil o no. Su diseño de proporciones cubicas permite una mejor aplicación y manejo entre estos.

1.2.10.3. *Empaque de metal*

Generalmente se utilizan metales como aluminio y acero acorde al tipo de producto, por lo general se trata de líquidos y gases de manejo frágil o considerablemente riguroso.

1.2.10.4. *Empaque de plástico*

Son resistentes a líquidos y procura la contención del producto, los materiales más utilizados son el Policloruro de Vinilo (PVC), Polietileno de alta densidad (PEAD), Tereftalato de polietileno (PET), Polipropileno (PP) y Polietileno de baja densidad (PELD).

1.2.11. *Envase*

Recipiente destinado a guardar o conservar un producto, se mantiene en contacto directo con el mismo, su forma varía acorde al tipo de producto y ayuda a que el consumidor pueda maniobrar de mejor manera, por su naturaleza pueden ser de diferentes tipos.

1.2.11.1. *Envase Rígido*

Su estructura no se puede modificar, por ejemplo: botes, cajas, bandejas de plástico, metal o madera, bidones, botellas de vidrio, botellas de plástico, construcciones con metal, madera o afines.

1.2.11.2. *Envase Semirrígido*

Su resistencia es menor al rígido y bajo ciertas condiciones de compresión pueden llegar a deformar su aspecto están elaborados con: cartón, plástico y afines

1.2.11.3. Envase Flexible

Son herméticos y ligeros confeccionados con: goma, resina u otros materiales dúctiles, lo que lo hacen ideales para productos alimenticios.

1.2.11.4. Envase Inteligente

Incorporan algún sistema que monitorea el producto y comunica sus características tales como: vida útil, temperatura, propiedades, etc.

1.2.11.5. Envase Activo

Ayuda en la conservación: alimentos más frescos, propiedades nutritivas, seguridad alimentaria, alargar la vida útil del alimento, entre otros.

1.2.12. Eslingas

Diseñadas para soportar gran peso, cuenta con ganchos en sus extremos que ayudan a sujetarse en los diferentes medios de transporte o movilización, se constituyen por materiales flexibles y resistentes como cables de acero o fibras textiles, pueden ser planas y tubulares y acorde al uso pueden ser de carga y de marre o ajuste.

1.2.13. Exportación

El país se constituye como productor y envía materia prima, productos terminados o semielaborados a otros países para su utilización o distribución comercial.

1.2.14. Flejes

Son cintas que ayudan al embalaje y la unitarización de este, acorde al tipo de carga y peso a transportar estos pueden ser de polipropileno, PET y acero.

1.2.15. Importación

Señala la entrada de materia prima, productos terminados o semielaborados al país, bajo las condiciones legales y formalidad aduanera del país de ingreso.

1.2.16. Industria

Agrupación de empresas que se dedican a la producción y distribución de productos similares o compatibles entre sí, además de productos sustitutos, que ayudan a satisfacer las necesidades del consumidor final o del distribuidor.

1.2.17. Mercado

Lugar determinado para realizar trueques o compras de bienes o servicios que un individuo necesita para satisfacer sus necesidades, por efecto de avance tecnológico y globalización el mercado pasó de ser a más de un lugar físico, un lugar virtual, que se conecta con todo el mundo mediante la red de internet, lo que favorece a la compra y venta de bienes y servicios.

1.2.18. Montacargas o carretilla

Ayuda al desplazamiento vertical y horizontal de pallets, por lo general poseen un par de horquillas que permiten la manipulación del pallet, el mástil del montacargas posibilita el desplazamiento vertical, pueden ser de tres o cuatro ruedas, dentro del almacén son eléctricos de tres ruedas y fuera de este de cuatro ruedas a combustión.

1.2.19. Paletización

La carga se coloca sobre una plataforma estandarizada elaborada en madera, plástico o metal, posee horquillas y puede ser reversible, una vez apilada para mayor estabilidad es forrada con plástico retráctil y sujeta con flejes, para una conservación de la carga se utiliza complementos como cantoneras y ángulos de protección.

1.2.20. Precintos

Dispositivos físicos que ayudan a controlar la seguridad de la carga a fin de evitar la manipulación de terceros y que la carga sea la misma que salió y llegó a su destino, los más usados con las abrazaderas de plástico para puertas de almacenes, cajas pequeñas y sobes, los de metal se usan para mercancías más grandes o que requieren una movilización a grandes distancias.

1.2.21. Transporte intermodal

Se aplica cuando por razones de rutas, costos o accesibilidad se requiere del uso de dos o más modos de transporte que se amparan en un mismo documento.

1.2.22. Venta

Es el intercambio de productos que cubren las necesidades del consumidor y este a cambio debe cancelar al vendedor una cantidad monetaria en efectivo o crédito que cubra el derecho de posesión de este producto.

1.3. Idea a defender

La gestión logística dentro de la empresa “Cerveza Artesanal Mestiza” se desarrollaría de manera óptima si se adapta un plan de mejoras, con base en la situación al año 2021 y condiciones posteriores, acorde a la cantidad de producción y distribución.

1.3.1. Variables

Variable independiente, causa

Gestión logística, interviene factores como: clientes, medio de transporte, talento humano, almacenamiento, publicidad y afines a la cadena de suministro.

Variable dependiente, efecto

Producción de cerveza artesanal

CAPÍTULO II

2. MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de Investigación

Cuantitativo y cualitativo, pues, se efectúan ambos enfoques en la obtención de resultados de la investigación, tal que el enfoque cuantitativo con el que se recolecta datos en sus diferentes variables (nivel de producción, costos, población, etc.) junto con el enfoque cualitativo se pueden combinar para conocer niveles de impacto en el estudio y satisfacción de la población sometida a estudio, así como los indicadores que intervienen en el mismo.

La aplicación de estos enfoques determina que se pueda potenciar resultados mediante la combinación de datos, análisis e interpretaciones.

2.2. Tipo de investigación

2.2.1. *Descriptiva*

Se analizan los datos obtenidos mediante la aplicación de los diferentes instrumentos presentados como encuestas y observación, se trata de obtener información de una muestra que pueda ser medible y estudiada en sus diferentes componentes para determinar el comportamiento o patrones de la información recopilada con anterioridad y brindar información clara, concisa y aplicable. En la investigación se analiza los diferentes parámetros de la cadena de suministro como abastecimiento, inventarios, almacenamiento, producción entre otras, para poder concretar la propuesta tomando en cuenta los diferentes resultados de la investigación con base en la información recabada para comprobación o rechazo de la hipótesis planteada.

2.2.2. *Explicativa*

Dentro de la investigación se aplica el tipo de investigación explicativa que nos ayuda a analizar los datos obtenidos que con base en ello se puede determinar las causas del problema y describir el mismo con su correspondiente causal, además que se presentan factores que intervienen en el desarrollo del estudio como el sujeto o persona que realiza la investigación y el objeto o tema que es en el cual ronda el problema a solucionar, el medio o herramientas utilizadas para la obtención de información y el fin o propósitos que se desea alcanzar para solucionar el problema.

2.2.3. Bibliográfica

Al utilizar varias fuentes secundarias de información como: catastro turístico, libros relacionados a logística y cadena de suministros, páginas web con documentación relacionada con el crecimiento y desarrollo de la industria cervecera y normativas de salubridad vigentes en el Ecuador.

2.3. Tipo de estudio

2.3.1. Transversal

La ejecución del presente trabajo investigativo se lo realizó en un período concreto de tiempo y basado en la observación de factores apegados a la realidad empresarial junto con el objeto de estudio se pueden contraponer con los diferentes factores que intervienen en el desarrollo de la investigación.

2.4. Diseño de investigación

2.4.1. No experimental

Dentro de la investigación se observan las situaciones que actualmente existen en torno a los diferentes parámetros sometidos a estudio, estos se estudian tal cual como se encuentran en su entorno.

2.5. Población y muestra

2.5.1. Determinación de la población

La población total será de 526 entre miembros de la empresa y establecimientos de compra activa, para el desarrollo de la presente investigación y debido a la aplicación de los instrumentos de recolección de información es necesario la división en dos tipos de poblaciones. La primera población corresponderá a los miembros activos de la empresa al año 2021 sean estos internos, externos o de apoyo, a fin de recabar información referente a la gestión logística y conocimiento general de la cadena de suministros.

La segunda población corresponde a los establecimientos o servidores turísticos de la ciudad de Riobamba que mantengan una compraventa activa del producto, con el objetivo de documentar rotación, costos y percepción del consumidor hacia el producto.

2.5.1.1. Población 1

Ocho miembros internos de la empresa activos al año 2021, divididos entre dirigentes, colaboradores internos, colaboradores externos y de apoyo o consultoría. En la siguiente tabla se detalla el área, nivel empresarial y cantidad de miembros correspondientemente a cada una de estas.

Tabla 1-2: Miembros activos de la empresa 2021

Área	Nivel empresarial		
	Administrativo	Operativo	Apoyo
Dirigentes	1		1
Producción		3	
Comercialización		1	1
Externos			1
Total, miembros por nivel	1	4	3
Total, miembros activos de la empresa 2021			8

Elaborado por: Colcha (2021)

La primera población por emplear dentro de la investigación corresponde a ocho miembros de la empresa, divididos en un administrativo, cuatro operativos y tres de apoyo sea interno o externo.

2.5.1.2. Población 2

Se refiere como grupo poblacional a los establecimientos considerados como SERVIDORES TURISTICOS que se encuentran registrados en la Dirección de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Riobamba dentro del empadronamiento del Catastro Municipal, para mejor especificación en el **ANEXO K: CATASTRO SERVIDORES TURÍSTICOS GADM RIOBAMBA**, se muestra a detalle cada establecimiento, los mismos se clasifican según su categoría o nivel de servicio y en áreas de: hospedaje, alimentación, atractivos turísticos, entretenimiento, operación turística y transporte turístico.

A continuación, se detallan en resumen el total de los servidores turísticos empadronados en el Catastro Municipal del GADM Riobamba. (GADMR, 2018)

Tabla 2-2: Servidores turísticos 2018

Tipo de servidor turístico	Categoría o nivel de servicio					Total, por tipo de servidor turístico
	Primera	Segunda	Tercera	Cuarta	Otro	
Hospedaje	1	6	24	20	3	54
Alimentación	1	21	110	72	0	204
Atractivos turísticos	0	1	19	12	104	136
Entretenimiento	3	44	46	0	0	93
Operación turística	11	8	9	0	0	28
Transporte turístico	0	0	0	0	3	3
Total, por categoría o nivel de servicio	16	80	208	104	110	
TOTAL, SERVIDORES TURISTICOS EMPADRONADOS						518

Fuente: Catastro turístico (GADMR, 2018)

Elaborado por: Colcha (2021)

Bajo estas condiciones podemos determinar que la segunda población a emplear dentro de la investigación corresponde a 518 SERVIDORES TURÍSTICOS dentro del cantón Riobamba.

2.5.2. Cálculo de la muestra

Al poseer una población detallada en diferentes parámetros como: áreas, nivel de servicio y categorías, además que, debido a que los individuos que conforman la población 1 y la población 2, son grupos muy específicos se es posible la aplicación de muestreos no probabilísticos

Este tipo de nuestros no probabilísticos implican la selección intencionada y con criterios que ayuden al desarrollo de la investigación con la aplicación de los diferentes instrumentos que ayuden a recabar información de cada uno de estos grupos seleccionados.

2.5.2.1. Muestra de la población 1

Muestreo intencional. - Debido al reducido grupo empresarial se toma a los ocho miembros activos de la empresa al año 2021, incluyendo colaboradores externos y de apoyo o consultoría, que serán sometidos a la aplicación de instrumentos que ayuden a recabar información referente al nivel de gestión logística, conocimiento y manejo de indicadores en la cadena de suministro y percepción de los colaboradores hacia la empresa y su gestión.

2.5.2.2. Muestra de la población 2

Dado que el objetivo del uso de este tipo de población es recolectar información referente al nivel de aceptación, costos de venta al público, nivel de rotación y preferencias del cliente hacia el producto, es de requerimiento investigativo la aplicación de un muestreo que nos facilite la aplicación de los instrumentos necesarios para recolectar la información previamente mencionada, en este entorno y gracias a la facilitación de información interna de la empresa, se es posible la aplicación de un muestreo casual dado que se ejecuta una selección directa e intencionada de establecimientos en específico que pertenecen a los 518 servidores turísticos determinados en la población 2.

Muestreo casual. – dado que al ser una población específica además de contar con factores incidentes como cierres, cambios o remodelaciones de establecimientos desde el año 2018, y con la facilitación de la empresa al proporcionar acceso a la base de datos de los establecimientos a los cuales se distribuye el producto, además que estos establecimientos pertenecen a la población 2, mediante la aplicación de este tipo de muestreo casual se puede seleccionar de los 518 servidores turísticos, a los 50 establecimientos de compra activa de producto a la fecha julio de 2021 (Ver **ANEXO C: BASE DE DATOS PUNTOS ACTIVOS DE DISTRIBUCIÓN CERVEZA MESTIZA 2021**) los cuales se detallan en la siguiente tabla.

Tabla 3-2: Establecimientos determinados por muestreo casual

Tipo de servidor turístico	Categoría o nivel de servicio			Total, por tipo de servidor turístico
	Primera	Segunda	Tercera	
Hospedaje	0	2	0	2
Alimentación	0	11	6	17
Entretenimiento	1	18	12	31
TOTAL, ESTABLECIMIENTOS ACTIVOS DE COMPRA				50

Fuente: Cerveza Mestiza (2021)

Elaborado por: Colcha (2021)

Por muestreo casual se determina como muestra de la población 2 a los 50 establecimientos activos de compra activa del producto al año 2021.

2.6. Métodos, técnicas e instrumentos de Investigación

2.6.1. Métodos

2.6.1.1. Método sintético

En la presente investigación se lo lleva a cabo al momento de redactar el resumen, los resultados, conclusiones y recomendaciones de la presente investigación.

2.6.1.2. Método analítico

Efectuado en la ejecución de encuestas y entrevistas desarrolladas para la recolección de información previa a un análisis de las diferentes situaciones presentadas en la investigación así también cómo la redacción del marco teórico y problema.

2.6.1.3. Método deductivo

Al analizar los diferentes componentes de las variables dependientes e independientes que influyen en el desarrollo de la investigación a fin de validar o no la propuesta planteada

2.6.1.4. Método inductivo

Aplicado en el desarrollo de los varios antecedentes investigativos mencionados y que son correspondientes a las diferentes investigaciones realizadas con relación a la investigación planteada, con el objetivo de poder emitir criterios referentes a los lineamientos del desarrollo de la propuesta.

2.6.2. Técnicas

2.6.2.1. Encuestas

Una encuesta es una técnica que nos ayuda a recabar información proveniente de la muestra determinada de una población se la efectúa gracias al uso de formularios que nos ayuden a un posterior análisis.

2.6.2.2. Entrevistas semiestructuradas

Una entrevista es una técnica que mediante la recolección de información de manera individual con la ayuda de un formulario de preguntas a manera de diálogo se puede extraer información de primera mano con referencia a un tema y factores secundarios al mismo.

2.6.2.3. *Observación*

Al ser una técnica objetiva se la aplica en el área de producción, comercialización y administrativa para describir los niveles de rendimiento, utilización de los insumos en las tres áreas de la empresa ya mencionadas y descripción del entorno del desarrollo interno de la empresa.

2.6.3. *Instrumentos*

2.6.3.1. *Guía de entrevista dirigida a la población 1*

En la presente investigación la entrevista se dirige a la población 1, correspondiente a los colaboradores internos y directivos de la empresa a fin de conocer la percepción del desarrollo de esta y analizar el modelo de gestión establecido. A mayor detalle en el **ANEXO A: ENTREVISTA DE INVESTIGACIÓN A MIEMBROS DE LA EMPRESA**, se presenta el instrumento utilizado para recabar información de los miembros internos de la empresa. La entrevista está dirigida para los miembros internos, externos y de apoyo de la empresa, “Cerveza artesanal Mestiza”, debido a que el sistema de gestión logística al ser de carácter integral requiere recolectar la mayor cantidad de información posible de los miembros de la empresa con el objetivo de poder determinar el manejo y desarrollo de sus planes internos, así como percepciones al desarrollo de la empresa.

La entrevista está constituida en tres secciones:

1. Identificación del encuestado
2. Conocimiento logístico
3. Percepción empresarial

La guía de entrevista se estructura con los siguientes parámetros detallados en la tabla a continuación.

Tabla 4-2: Guía de entrevista dirigida a la población 1

SECCION	PREGUNTA	TIPO DE PREGUNTA	OBSERVACIONES Y TIPO DE RESPUESTA
IDENTIFICACIÓN DEL ENTREVISTADO	Nombre y apellido	Directa	De respuesta rápida.
	Rol que desempeña	Abierta	De respuesta corta.
	Actividades que realiza	Abierta	De respuesta media.
	Instrucción	Cerrada	Opciones de meses escolaridad
		Cerrada	
CONOCIMIENTO LOGISTICO	Manejo de inventario	Opción múltiple	Materia prima, Producto terminado, Productos para limpieza y mantenimiento de maquinaria e instrumentos
	Tipo de productos distribuidos	Mixta, con opción múltiple	Opciones de producto: terminado, semi elaborado, insumos, otros
	Tipo de envases	Opción múltiple	Opciones: Vidrio Transparente, Vidrio de color, Plástico rígido, Aluminio, Plástico flexible, Acero, Madera, Cartón
	Tipo de empaques	Opción múltiple	Opciones: cartón, papel, plástico, metal, vidrio, plástico, bolsas plásticas.
	Tipos de embalajes	Opción múltiple	Opciones: film, cartón, sacos de papel, caja de plástico, caja envolvente, separadores, cinta adherente, fleje, bandejas.
	Materiales suplementarios en la distribución	Cerrada	Opciones: si, no
	Medio de transporte	Opción múltiple	Opciones: bicicleta, motocicleta, vehículo pequeño, camioneta, furgoneta de carga, Trici moto, TPU.
	Propiedad del medio de transporte	Cerrada	Opciones: propio, alquilado, concesionado

CONOCIMIENTO LOGISTICO

Distribución nacional	Opción múltiple	Opciones: vehículo pequeño, camioneta, furgoneta de carga, camión, tractocamión, compañía de encomiendas, TPI
Logística inversa	Cerrada	Opciones: si, no
Procedimiento en caso de devolución de producto	Opción múltiple	Verificación de saldo pendiente, Verificación del producto, Retiro del producto, Verificación de inventarios, Reingreso a bodega, Actualización de inventario, Ingreso a stock disponible
Abastecimiento	Opción múltiple	Costo de compra, Tiempo de entrega del proveedor, Cantidad de compras, Cantidad de proveedores certificados, Uso de maquinaria, Mantenimiento de maquinaria
Almacenamiento	Opción múltiple	Inventario, Costo de inventario, Alcance del inventario, Costo de almacén, Productividad del almacén, Cantidad de producto distribuido, Capacidad del almacén
Producción	Opción múltiple	Manual de operaciones, Manual de procesos, Eficiencia de producción, Nivel de producción, Costo de producción, Cantidad producida, Productos elaborados
Distribución y transporte	Opción múltiple	Intervalos de salida, Costo del transporte, Costo del mantenimiento del medio de transporte, Unidades disponibles, Unidades en mantenimiento, Rutas de distribución
Servicio al cliente	Opción múltiple	Límite de tiempo de entrega, Disponibilidad del producto, Unidades vendidas, Unidades devueltas, Nivel de satisfacción del cliente, Nivel de respuesta al cliente, Sugerencias del cliente
Apoyo	Opción múltiple	Personal que interfiere, Personal acorde a competencias y habilidades, Procesos que ocupen TICs, Inversión en TICs

PERCEPCIÓN EMPRESARIAL

Proceso logístico	Directa	Respuesta rápida
-------------------	---------	------------------

Elaborado por: Colcha (2021)

2.6.3.2. *Cuestionario guía para encuestas dirigidas a la población 2*

Dentro de la investigación la encuesta está dirigida a la población 2 que corresponde a los establecimientos o puntos de distribución activos al año 2021 a fin de determinar la satisfacción del cliente, costo de venta, nivel de rotación del producto, además de sus recomendaciones y opiniones generales del producto que adquieren y de la empresa.

A mayor detalle en el **ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA A PUNTOS ACTIVOS DE DISTRIBUCIÓN 2021**, se presenta el instrumento utilizado para recabar información externa a la empresa.

Dirigida a los 50 puntos de distribución activos al año 2021, entre ellos se encuentra dividido en las categorías de entretenimiento, alimentación y hospedaje, el grupo se lo determinó acorde a la base de datos entregada por la empresa, el objetivo de la encuesta es recolectar información acerca del volumen de adquisición, satisfacción y rotación del producto, así también como la preferencia de compra y costos de comercialización en los diferentes establecimientos previamente determinados.

La encuesta está constituida en cinco secciones:

1. Identificación del encuestado
2. Preferencias de estilos de cerveza mestiza
3. Costo de venta
4. Concurrencia de compra y venta
5. Percepción hacia el producto

En la siguiente tabla se detalla la guía de cuestionario utilizado en la aplicación de la encuesta a los 50 puntos activos de distribución.

Tabla 5-2: Guía de encuesta dirigida a la población 2

SECCION	PREGUNTA	TIPO DE PREGUNTA	OBSERVACIONES
Identificación del encuestado	Nombre del establecimiento	Directa	Acorde al ANEXO C: BASE DE DATOS PUNTOS ACTIVOS DE DISTRIBUCIÓN CERVEZA MESTIZA 2021
	Dirección		
	Lugar de referencia		
Preferencias de estilos de cerveza mestiza	Estilo adquirido en la compra	Selección múltiple	Opciones: Diabla Ale Ecuatoriana Stout Rubia Pale Ale
	Estilo de preferencia personal	Selección múltiple	Opciones: Diabla Ale Ecuatoriana Stout Rubia Pale Ale
Costo de venta	Costo de venta al público en el establecimiento	Cerrada	Opciones desde \$2.00 hasta \$3.25
	Promociones/ofertas	Cerrada	Opciones: si, no
Concurrencia de compra	Frecuencia de compra	Cerrada	Opciones: semanal, quincenal, mensual.
	Frecuencia de venta	Cerrada	Opciones: 1 o 3 veces por semana, diario.
Percepción hacia el producto	Calidad del producto	Cerrada	Escala de Likert
	Recomendaciones	Abierta	Respuesta corta
	Comentarios	Abierta	Respuesta corta

Elaborado por: Colcha (2021)

2.6.3.3. Ficha de observación

El objetivo de la observación es detallar de forma estructurada concisa y clara los parámetros que interfieren en el proceso de la cadena de suministro y todos sus indicadores así también el desarrollo de las actividades complementarias al proceso logístico.

La ficha de observación está constituida por cuatro secciones:

1. Distribución de planta
2. Cadena de suministros
3. Inventarios
4. Envase, empaque y embalaje

Para la investigación se definieron 18 factores de observaciones divididos entre las cuatro secciones detalladas en la siguiente tabla.

Tabla 6-2: Guía para ficha de observación estructurada

SECCION	N#	FACTOR
Distribución de planta	1	Esquema gráfico de la distribución de planta
	2	Señalética
	3	División de áreas
Cadena de suministro	4	Abastecimiento
	5	Almacenamiento
	6	Producción
	7	Distribución
	8	Servicio al cliente
	9	Apoyo
Inventarios	10	Materia prima
	11	Producto final
	12	Productos para limpieza y mantenimiento
	13	Maquinaria
Envase, empaque y embalaje	14	Envase
	15	Empaque
	16	Embalaje
	17	Suplementarios para empaque
	18	Suplementarios para embalaje

Elaborado por: Colcha (2021)

CAPITULO III

3. MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

3.1. Análisis e interpretación de los resultados

El siguiente capítulo corresponde al detalle de los resultados obtenidos a través de la aplicación de los diferentes instrumentos ejecutados en los dos tipos de poblaciones con sus correspondientes tabulaciones, gráficos, análisis e interpretaciones de estos, a fin de coadyuvar al desarrollo de la propuesta de mejoramiento.

3.1.1. Resultados de las entrevistas aplicadas a la población 1

La entrevista se ejecutó a la muestra de la población 1 correspondiente a los ocho miembros de la empresa, entre colaboradores de planta, practicantes, distribuidores principales y apoyo externo, en el **ANEXO A: ENTREVISTA DE INVESTIGACIÓN A MIEMBROS DE LA EMPRESA**, muestra las preguntas ejecutadas y que están relacionadas con el conocimiento logístico y percepción empresarial.

3.1.1.1. Sección primera; IDENTIFICACIÓN DE LOS ENTREVISTADOS

Tabla 7-3: Identificación de los miembros de la empresa entrevistados

1 Nombre y apellido	2 Rol que desempeña dentro de la empresa	3 ¿Qué actividades realiza en la empresa?
Alejandro Medina	Practicante en Mantenimiento industrial	Control de maquinaria historial de fallas, mantenimiento civil y mecánico de las instalaciones y producción
Estiven Bastidas	Practicante en Química	Producción
Fabricio Viteri M	Coach Empresarial	Acompañamiento en estrategias de desarrollo organizacional
Alejandro Ramos	Practicante de Marketing	Marketing
Alexandra Colcha	Supervisora	Mantenimiento de planta, producción y control de producto
Luis Larrea	Gerente	Dirección y manejo de la empresa

Sebastián Larrea	Distribuidor	Compra y distribución en Mestiza Beer Garden
Yesenia Rivera	Apoyo externo	Dar seguimiento y apoyo cuando se requiere; monitorear redes de contacto que pueden ser de interés para la cervecería.

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

Existen ocho miembros activos en la empresa “Cerveza Artesanal Mestiza”, tres miembros son practicantes en diferentes áreas y dos miembros son externos a las actividades de la empresa.

Interpretación

El equipo se distribuye en diferentes áreas que complementan el funcionamiento de la empresa, hay tres personas encargadas de producción, dos encargados administrativos y dos encargadas del área comercial, entre ellos existe un practicante en el área de química, uno en mantenimiento y uno en marketing.

Tabla 8-3: Instrucción educativa de los miembros de la empresa

Instrucción	Numero de colaboradores	Porcentaje	Detalle
Primaria	0	0%	
Secundaria	2	25%	Bachiller en ciencias, bachiller en química
De tercer nivel o Superior	4	50%	Sociólogo, mantenimiento, administración, arquitectura
De cuarto nivel	2	25%	Máster en Dirección de Marketing y Gestión Comercial
Total	8	100%	

Elaborado por: Colcha (2021)

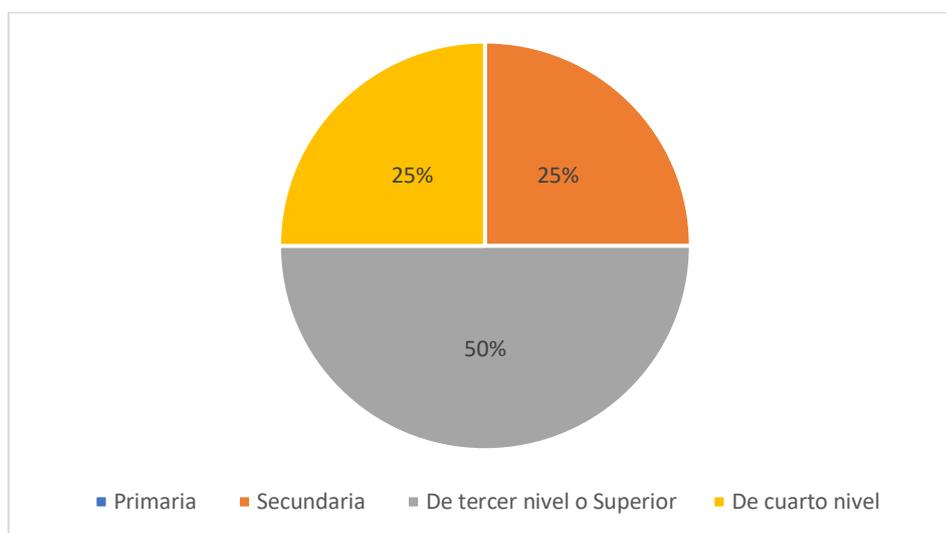


Figura 1-3: Instrucción educativa de los miembros de la empresa

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

El 50% de los miembros poseen una instrucción de tercer nivel o educación superior, el 25% ostentan un título de tercer nivel en diferentes especialidades y el 25% posee una instrucción de cuarto nivel.

Interpretación

Cuatro miembros cuentan con un nivel de estudio superior o de tercer nivel, dos de ellos son bachilleres y dos miembros cuentan con una formación de cuarto nivel, cada uno en diferentes áreas de especialización, a excepción del área comercial donde uno tiene instrucción de cuarto nivel y otro de secundaria, en el área de producción todos cuentan con una formación de tercer nivel y en el área administrativa uno de tercer nivel y otro de cuarto nivel.

Con estos resultados podemos conocer que aquellos miembros que pertenecen a la dirigencia de la empresa han basado la administración de esta con base en sus conocimientos y experiencias.

3.1.1.2. Sección segunda: CONOCIMIENTO LOGÍSTICO

Pregunta 6: ¿Conoce el correcto manejo de inventarios y control de los siguientes indicadores?

Tabla 9-3: Conocimiento de manejo de inventarios

Elementos	Miembros que conocen	Porcentaje miembros que conocen	Miembros que desconocen	Total, miembros entrevistados
Materia prima	1	17%	7	8
Producto terminado	2	33%	6	8
Productos para limpieza y mantenimiento de maquinaria e instrumentos	0	0%	8	8
Todas las anteriores	3	50%	5	8
Total porcentaje				100%

Elaborado por: Colcha (2021)

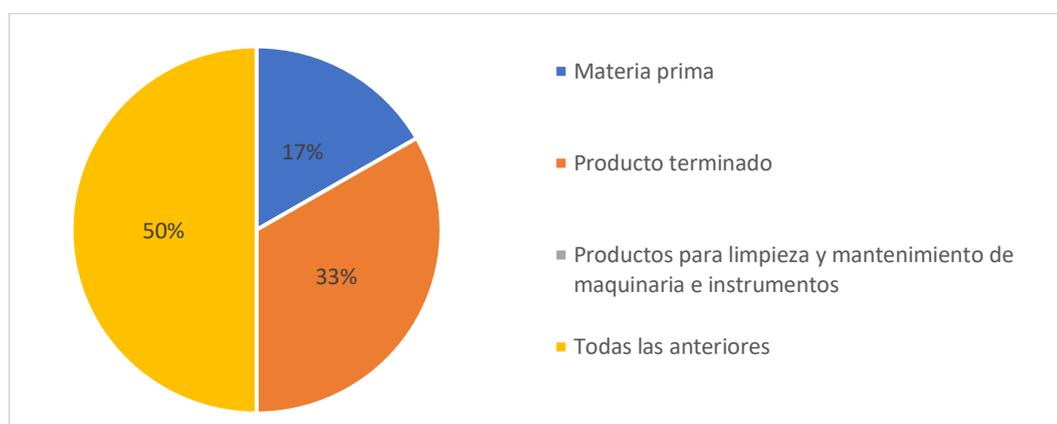


Figura 2-3: Miembros que conocen el manejo de inventarios

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

Cuatro miembros conocen como se debe realizar un adecuado manejo de inventarios, los mismos que pertenecen al área de producción, mientras que los encargados del área comercial conocen como se realiza el inventario de producto terminado y por último en el área administrativa solo conocen el manejo de materia prima.

Interpretación

El manejo de los inventarios dentro de una empresa es primordial para conocer el rendimiento y funcionamiento de su producción con relación a ingresos por ventas, al no conocer los miembros del área comercial el correcto manejo de estos puede llegar a situaciones de confusión. Al momento de generar informes de rendición de cuentas de los miembros de la junta directiva mientras que los mismos al solo conocer el manejo de inventario de materia prima denota que su funcionamiento primordial es el abastecimiento de insumos y materia prima a la empresa para su posterior transformación.

Pregunta 7: ¿Qué tipo de productos distribuye la empresa?

Tabla 10-3: Tipos de productos distribuidos por la empresa

Tipo de producto	Miembros a favor	Porcentaje miembros a favor	Miembros en contra	Detalle	Total, miembros entrevistados
Productos terminados	6	55%	2		8
Productos semielaborados	0	0%	8		8
Insumos	4	36%	4		8
otros	1	9%	7	higos	8
Total porcentaje					100%

Elaborado por: Colcha (2021)

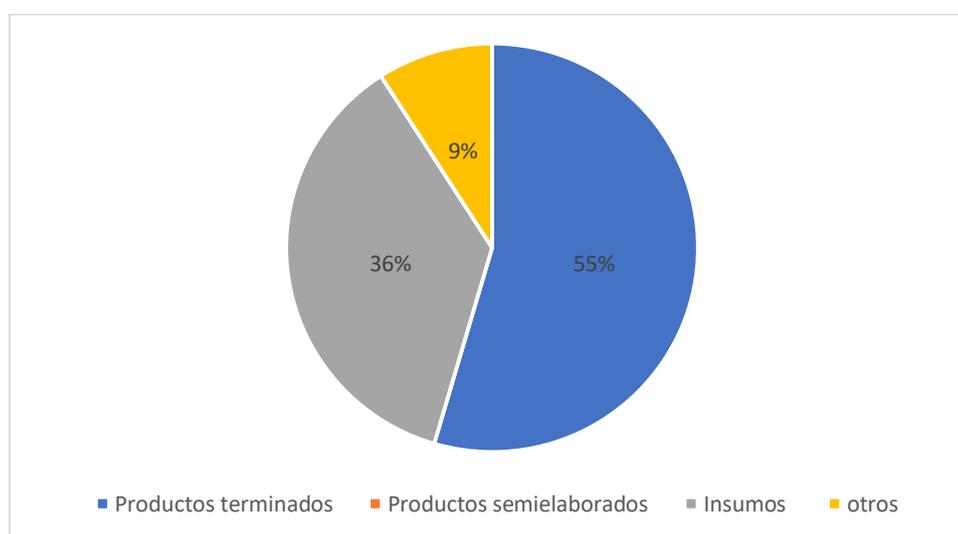


Figura 3-3: Tipos de productos distribuidos por la empresa

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

El 55% de los miembros correspondiente a seis de ellos concuerdan que la empresa distribuye productos elaborados o terminados mientras que el 36 de ellos correspondiente a 4 miembros acuerdan que la empresa también distribuye insumos ya sean estos para la elaboración o la distribución de cerveza, el 9% correspondiente a un miembro hace mención a otros productos de venta tales como los higos que se caracteriza por una venta de temporada.

Interpretación

Ningún miembro considera que la empresa distribuya productos semielaborados, y en otros productos mencionan higos, ya que se distribuyen por ciertas temporadas, considerándose un producto extra a los normalmente vendidos dentro de la empresa.

Pregunta 8: ¿Qué tipos de envases se utilizan para el producto elaborado?

Tabla 11-3: Tipos de envases utilizados para el producto elaborado

Tipo de envase	Miembros en acuerdo	Porcentaje miembros en acuerdo	Miembros en desacuerdo	Total, miembros entrevistados
Vidrio Transparente	3	19%	5	8
Vidrio de color	6	37%	2	8
Plástico rígido	1	6%	7	8
Aluminio	3	19%	5	8
Plástico flexible	0	0%	8	8
Acero	3	19%	5	8
Madera	0	0%	8	8
Cartón	0	0%	8	8
Total porcentaje				100%

Elaborado por: Colcha (2021)

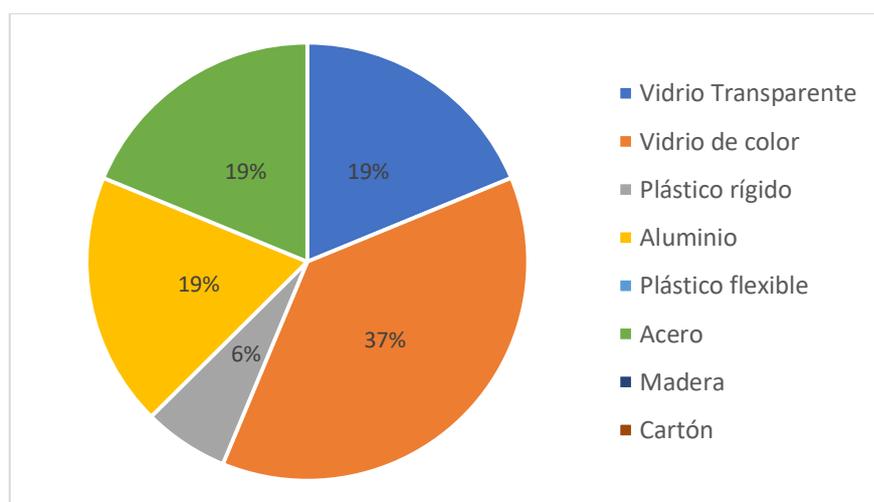


Figura 4-3: Tipos de envases utilizados para el producto elaborado

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

Seis miembros coinciden en que el material utilizado para el envase del producto es de vidrio de color, por la botella estándar que se maneja, mientras que tres personas mencionan el vidrio transparente, esto por los growlers recargables que se comercializan, los miembros de producción seleccionaron también acero y aluminio ya que este se ocupa en los tanques fermentadores, maduradores y barriles de almacenamiento, junto a ello el plástico rígido que se utiliza en casos excepcionales al momento de producción en estilos especiales. En tanto materiales como el cartón, madera y plástico flexible no se utilizan.

Interpretación

Debido a la naturaleza del producto El material más utilizado para los envases son el vidrio de color pues de estos dan rechazar la filtración de los rayos UV ayuda a preservar durante más tiempo y con la misma calidad del producto, los materiales utilizados como envases de vidrio transparentes acero y aluminio hace referencia más al manejo de envases de plantas pueden ellos se almacena grandes cantidades de este producto teniendo tanques con capacidades superiores a los 500 litros y barriles con capacidad desde 10 a 50 litros, mientras que el plástico rígido que hace mención se lo considera en los tanques para producciones de cervezas en estilos especiales donde temporadas donde se los daña de esencias frutas o demás características que puedan hacerla singular a los tres estilos bases, en estos envases tampoco se utiliza madera plástico flexible ni cartón pues por su naturaleza de tipo líquido se necesitaría otro tipo de tecnología además de que su naturaleza requiere de un envase rígido es muy poco probable que la empresa implemente este tipo de tecnologías para utilizar este tipo de envases.

Pregunta 9: ¿Con que tipo de empaques se distribuye el producto?

Tabla 12-3: Tipos de empaques utilizados en la distribución

Tipo de empaque	Miembros en acuerdo	Porcentaje miembros en acuerdo	Miembros en desacuerdo	Total, miembros entrevistados
Cartón	6	50%	2	8
Metal	0	0%	8	8
Papel	0	0%	8	8
Vidrio	3	25%	5	8
Bolsas de plástico	3	25%	5	8
Total porcentaje				100%

Elaborado por: Colcha (2021)

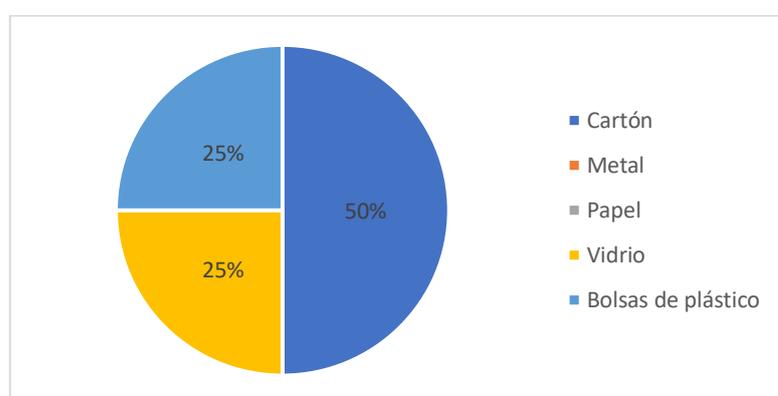


Figura 5-3: Tipos de empaques utilizados en la distribución

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

Para el empaque del producto se ocupa cajas de cartón en un 50%, fundas plásticas en un 25% y vidrio en un 25% caso que no es apegado a la realidad, pues no se utiliza vidrio al momento de empaquetar el producto, dicha respuesta se da por los miembros encargados de la parte administrativa, en el área comercial, concuerdan con el uso de cartón y bolsas de plástico al igual que con los miembros de producción.

Interpretación

La mitad de los miembros acuerdan que el cartón es el material utilizado para el empaque de los diferentes productos dispuestos a distribución esto En relación a la cantidad distribuida pues se puede ajustar a cajas de 27 unidades de 330 ML y cajas de 35 unidades de 300 ML, la segunda forma de empaque que se utiliza para la distribución del producto es el plástico flexible pues utilizan fundas plásticas acorde a la cantidad estos pueden ir desde 3 unidades hasta 15 unidades por funda dependiendo del tamaño de estas se presentan dos modelos correspondientemente, el metal papel y vidrio no se utilizan para los empaques pues estos de costos de elevados y en varios casos frágiles al contacto con otra carga puede incurrir en gastos adicionales a la distribución.

Pregunta 10: ¿Con que tipo de embalaje se transporta el producto terminado?

Tabla 13-3: Tipo de embalaje con el que se transporta el producto terminado

Tipo de embalaje	Miembros en acuerdo	Porcentaje miembros en acuerdo	Miembros en desacuerdo	Total, miembros entrevistados
Film	0	0	8	8
Cartón	7	64	1	8
Cajas de madera	0	0	8	8
Caja de plástico	2	18	6	8
Cinta adherente	2	18	6	8
Fleje	0	0	8	8
Total porcentaje				100%

Elaborado por: Colcha (2021)

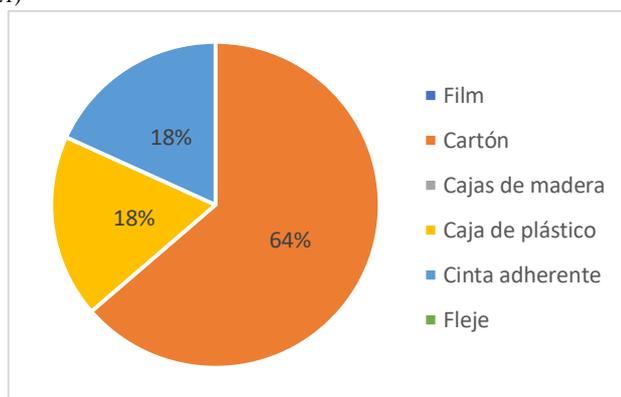


Figura 6-3: Tipo de embalaje con el que se transporta el producto terminado

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

En el tipo de embalaje utilizado el 64% de los miembros correspondiente a 7 de ellos acuerdan que el cartón es un medio de embalaje mientras que en igual cantidad es 18% correspondiente a dos miembros en cada sección acuerdan que la caja de plástico y la cinta adherente son tipos de embalaje también utilizados al momento de la distribución del producto, materiales como la caja de madera fleje y papel film no acuerdo ninguno de los miembros en su utilización de estos.

Interpretación

Para el embalaje podemos denotar que existe confusión entre los diferentes miembros administrativos y del área comercial pues llegan a confundir con el empaque dado que varios de ellos han acordado que el cartón es un medio de embalaje mientras que en el área de producción concuerdan qué se utiliza cinta adherente o de embalaje para poder sellar el empaque En dónde se van a colocar las diferentes productos para su posterior distribución, la respuesta de cajas de plástico no está apegada a la realidad pues la empresa no utiliza este tipo de materiales para sus embalajes al igual que el cartón, al momento del abastecimiento las cajas son traídas de la distribuidora mediante bultos de 3 unidades cubiertas por papel film y sujetadas complejas en ambos lados lo que la hace ser más segura al momento de transportarse.

Pregunta 11: ¿Ocupan materiales suplementarios en la distribución del producto?

Tabla 14-3: Uso de materiales suplementarios en la distribución

Opción	Respuestas de miembros	Porcentaje	Tipo
SI	2	25	sogas
NO	6	75	
Total	8	100%	

Elaborado por: Colcha (2021)

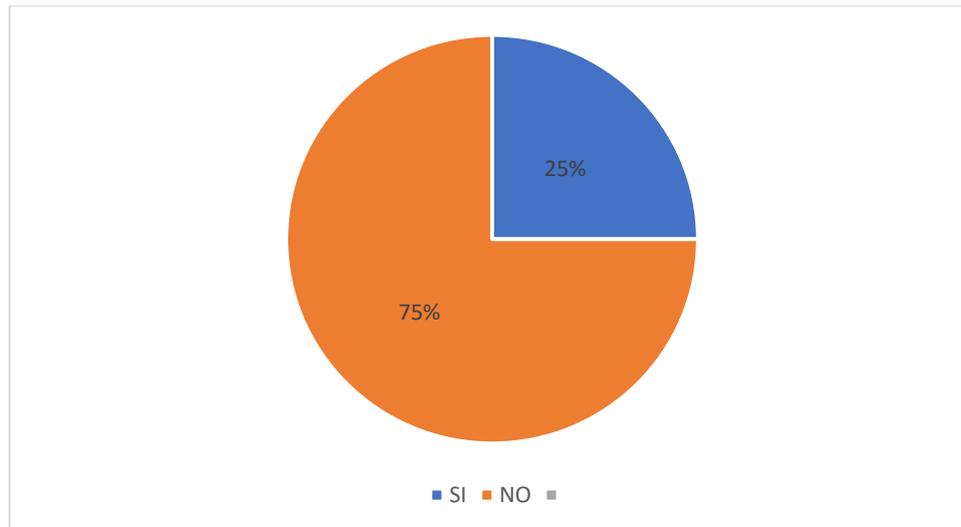


Figura 7-3: Uso de materiales suplementarios en la distribución

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

Seis miembros coinciden con la negativa de usar suplementos al embalaje, y dos de ellos concuerdan en la utilización de sogas, estas respuestas dadas por los miembros de producción y comercialización, pues, al momento de transportar barriles y cajas completas de 27 y 30 unidades se los asegura con sogas a los barandales de la camioneta.

Interpretación

Los elementos suplementarios del embalaje para la posterior distribución del producto no se utilizan dentro de la empresa de forma estandarizada pues al momento de su distribución se utilizan solo en la modalidad de barriles sogas que ayudan a la estabilidad del barril en el medio de transporte, mientras que para las cajas y bolsas de plástico que se utilizan no existe un material suplementario para garantizar la seguridad de estos.

Pregunta 12: ¿Qué medio de transporte se utiliza para hacer la entrega de productos en el medio local?

Tabla 15-3: Medio de transporte utilizado en el medio local

Medio de transporte	Cantidad	Porcentaje
Bicicleta	0	0%
Motocicleta	0	0%
Vehículo pequeño	0	0%
Camioneta	7	87%
Furgoneta de carga	0	0%
Transporte Público Urbano	1	13%
Total	8	100%

Elaborado por: Colcha (2021)

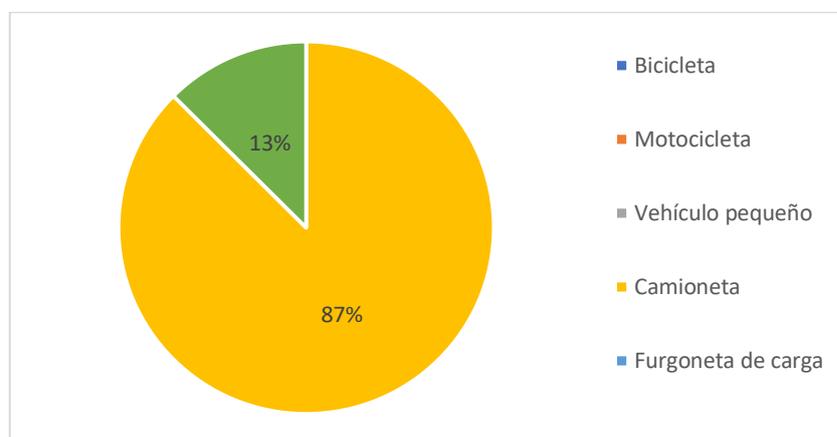


Figura 8-3: Medio de transporte utilizado en el medio local

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

el 87% de los miembros correspondiente a 7 de ellos acuerdan que el medio de transporte utilizado para la distribución de los productos es una camioneta mientras que uno de ellos correspondiente al 13% señala al sistema de transporte público urbano como un medio de transporte utilizado para la distribución de estos productos esto bajo ciertas condiciones de carga y distancias de movilidad.

Interpretación

El medio de transporte utilizado para la entrega de producto ya sea en barriles o botellas es una camioneta, que se utiliza para entregas superiores a un barril y una caja, mientras que menos de eso, la persona encargada de producción añade que se utiliza transporte público urbano, siendo esto un factor de peligro para el producto, pues al tener que moverse por varios lugares puede afectar al contenido, además de condiciones climáticas referentes al transporte público o el clima.

Pregunta 13: Señale estado de propiedad del medio de transporte

Tabla 16-3: Propiedad del medio de transporte

Estado del medio de transporte	Cantidad miembros entrevistados	Porcentaje
Propio	8	100%
Alquilado	0	0%
Concesionado	0	0%
Total	8	100%

Elaborado por: Colcha (2021)

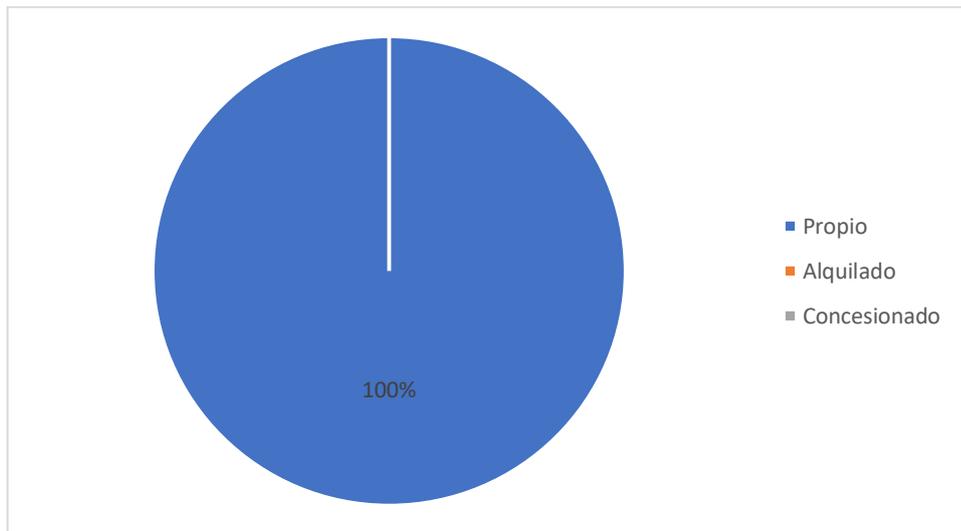


Figura 9-3: Propiedad del medio de transporte

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

El 100% de los encuestados correspondiente a los 8 miembros de la empresa acuerdo en que el medio de transporte utilizado en este caso para distribución local correspondiente a una camioneta es de propiedad de la empresa.

Interpretación

El medio de transporte utilizado en este caso la camioneta es propiedad de la empresa lo que ayuda a evitar riesgos en la movilización, pero si genera un gasto en combustible y mantenimiento de esta, las ocho personas acuerdan en esta pregunta, pero de debe tener en cuenta que la persona que moviliza el producto por medios propios o de transporte público urbano debe cancelar el valor del pasaje correspondiente, lo que se podría decir que el medio es también alquilado.

Pregunta 14: ¿Qué medio de transporte se utiliza para la distribución nacional?

Tabla 17-3: Medio de transporte utilizado a nivel nacional

Medio de transporte	Miembros en acuerdo	Porcentaje miembros en acuerdo	Miembros en desacuerdo	Total, miembros entrevistados
Camioneta	2	17%	6	8
Furgoneta de carga	0	0%	8	8
Transporte Público Interprovincial	6	50%	2	8
Camión	0	0%	8	8
Compañías de encomiendas	4	33%	4	8
Total porcentaje				100%

Elaborado por: Colcha (2021)

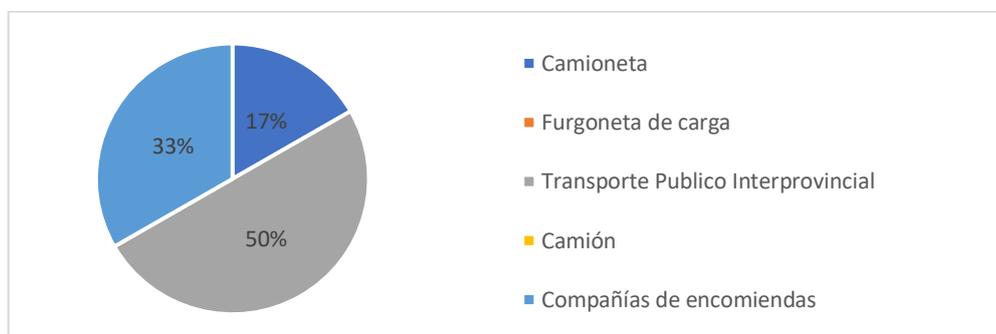


Figura 10-3: Medio de transporte utilizado a nivel nacional

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

6 miembros de la empresa acuerdan en que el medio de transporte utilizado para la distribución nacional se lo utiliza mediante el servicio de encomiendas de transporte público interprovincial estos corresponden al 50% de las opiniones vertidas por los miembros, cuatro de ellos acuerdan que se utilizan los medios de servicios de encomiendas esto corresponde al 33% de las opiniones Y por último el 17% correspondiente a dos miembros acuerdo en que se utiliza una camioneta como medio de transporte de distribución nacional.

Interpretación

el transporte público interprovincial y su servicio de encomiendas es el más utilizado para las distribuciones nacionales de la empresa los puntos más concurridos son quito Durán y Santo Domingo este medio es el más utilizado debido a su tiempo de entrega y costos por envío, los las compañías de servicios de encomiendas pueden llegar a ser más seguras que una cooperativa de transporte público interprovincial pero a su vez el costo por paquete es demasiado elevado lo que incurre en gastos adicionales no solo para la empresa sino también para el comprador, la camioneta utilizada para este tipo de distribución es propiedad de la empresa y tiene como destinos solo quito y se coordinan las fechas con el abastecimiento de materia prima en esta ciudad.

Pregunta 15: ¿La empresa aplica logística inversa?

Tabla 18-3: Aplicación de logística inversa dentro de la empresa

Aplica	Cantidad miembros entrevistados	Porcentaje
SI	1	12%
NO	7	88%
Total	8	100%

Elaborado por: Colcha (2021)

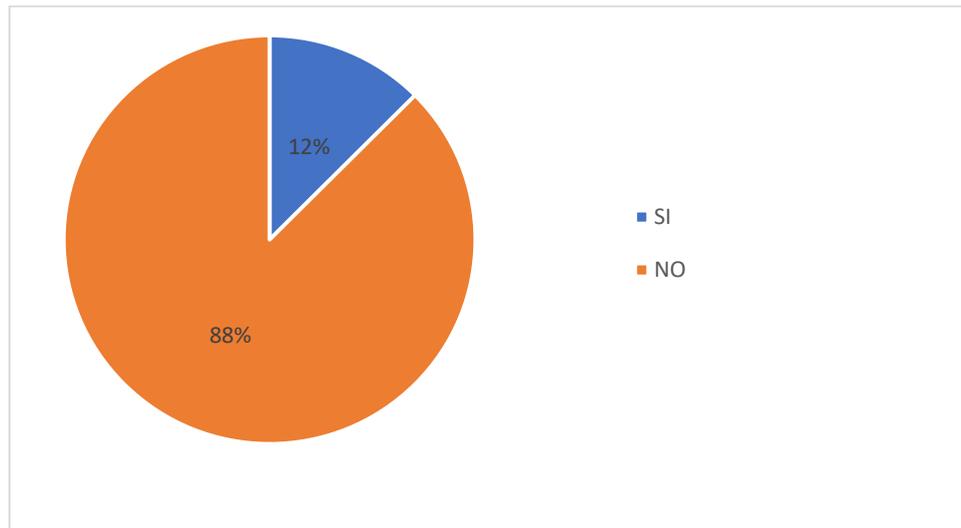


Figura 11-3: Aplicación de logística inversa dentro de la empresa

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

el 88% de los miembros correspondiente a 7 acuerdo en que no se aplica el uso de la logística inversa dentro de la empresa, mientras que uno de ellos correspondiente al 12% refiere que si se aplica la logística inversa este miembro pertenece al área de producción haciendo referencia a la devolución de botellas y barriles.

Interpretación

La aplicación de logística inversa según siete miembros no se aplica en la empresa, pues no existe un referente de devolución de envases, y un miembro afirma que, si se aplica logística inversa, pues en algunos casos se devuelven botellas personales para ser reutilizadas y en el caso de bares que cuentan con taps de cerveza, se realiza el canje de barriles los que se vuelven a utilizar constantemente dentro y fuera de la empresa.

Pregunta 16: ¿Cuál es el procedimiento en caso de devolución de producto?

Tabla 19-3: Procedimiento en caso de devolución de producto

Procedimiento	Miembros en acuerdo	Miembros en desacuerdo	Total miembros entrevistados
Verificación de saldo pendiente	4	4	8
Verificación del producto	5	3	8
Retiro del producto	6	2	8
Verificación de inventarios	1	7	8
Reingreso a bodega	4	4	8
Actualización de inventario	3	5	8
Ingreso a stock disponible	2	6	8

Elaborado por: Colcha (2021)

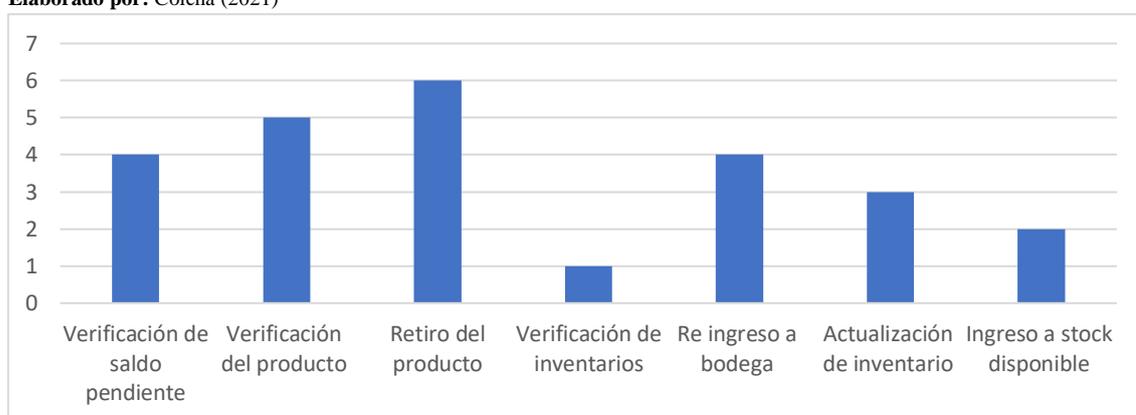


Figura 12-3: Procedimiento en caso de devolución de producto

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

Dentro del procedimiento en caso de devolución del producto 4 miembros afirman que se debe realizar la verificación del saldo pendiente cinco de ellos la verificación del producto 6 el retiro de producto un miembro afirma que se debe realizar una verificación de inventarios 4 de ellos que se ejecuta un reingreso a bodega 3 acuerdan la actualización del inventario y dos de ellos son ingreso a stock disponible de los mismos productos devueltos

Interpretación

Para la devolución del producto se muestra siete indicadores que se consideran de deberían seguir para un correcto manejo del producto devuelto, en la empresa estos indicadores no son usados en su totalidad, lo que nos indica que cuatro miembros primero realiza la verificación de saldo pendiente, cinco miembros en segundo lugar verifican el producto, sus condiciones físicas y de contenido, seis miembros en tercer lugar retiran el producto, solo un miembro verifica los inventarios, cuatro miembros como quinto procedimiento realiza el re ingreso a bodega, tres de ellos actualizan el inventario y dos los ingresan a stock disponible. Bajo estos resultados los indicadores más utilizados son verificación del saldo pendiente, verificación del producto, retiro del producto y reingreso a bodega.

Pregunta 17: ¿En el indicador de abastecimiento qué parámetros se evalúan para determinar su rendimiento?

Tabla 20-3: Parámetros por evaluar en el abastecimiento

Indicadores	Miembros en acuerdo	Miembros en desacuerdo	Total miembros entrevistados
Costo de compra	4	4	8
Tiempo de entrega del proveedor	3	5	8
Cantidad de compras	6	2	8
Cantidad de proveedores certificados	2	6	8
Uso de maquinaria	1	7	8
Mantenimiento de maquinaria	1	7	8

Elaborado por: Colcha (2021)

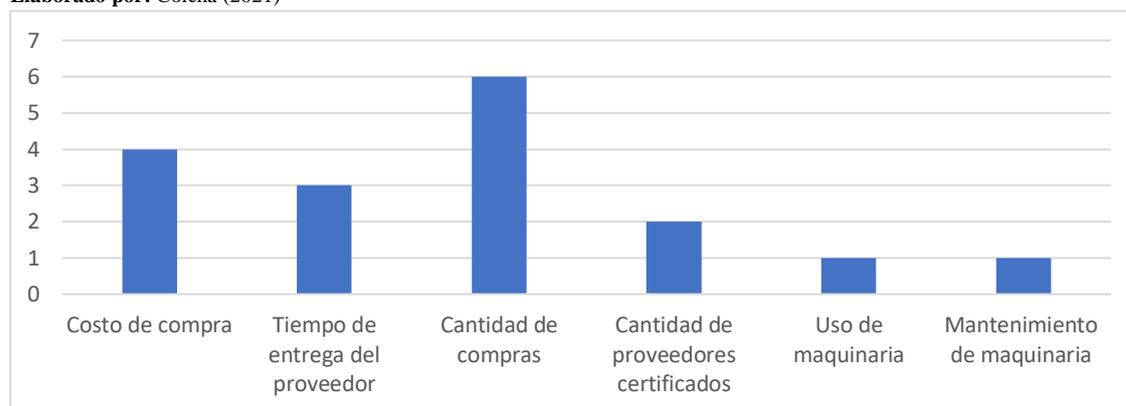


Figura 13-3: Indicadores del rendimiento del abastecimiento

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

Para determinar el rendimiento del procedimiento de abastecimiento, seis miembros concuerdan en la cantidad de compras, la mitad en el costo de compra, tres de ellos en el tiempo de entrega del proveedor, teniendo estos indicadores como los más utilizados, mientras que la cantidad de proveedores certificados y el uso y mantenimiento de maquinaria no son tan relevantes por los miembros, siendo estos ignorados por los miembros administrativos, pero no por los miembros de producción, ya que ellos están en contacto directo y constante con la maquinaria y materia prima.

Interpretación

Para un correcto abastecimiento se deben tomar en cuenta varios parámetros que inciden en el desarrollo de este, dentro de la empresa el más importante es la cantidad de compras o adquisición de materias primas seguido por el costo de compra de las mismas y el tiempo de entrega del proveedor, el parámetro intermedio que acuerdan los miembros es la cantidad de proveedores certificados dejando Por último el uso y mantenimiento de maquinaria dónde son los miembros de producción acuerdan qué es relevante para correcto funcionamiento del abastecimiento.

Pregunta 18: ¿En el indicador de almacenamiento qué parámetros se evalúan para determinar su rendimiento?

Tabla 21-3: Parámetros por evaluar en el almacenamiento

Indicadores	Miembros en acuerdo	Miembros en desacuerdo	Total miembros entrevistados
Inventario	6	2	8
Costo de inventario	2	6	8
Alcance del inventario	1	7	8
Costo de almacén	1	7	8
Productividad del almacén	5	3	8
Cantidad de producto distribuido	5	3	8
Capacidad del almacén	3	5	8

Elaborado por: Colcha (2021)

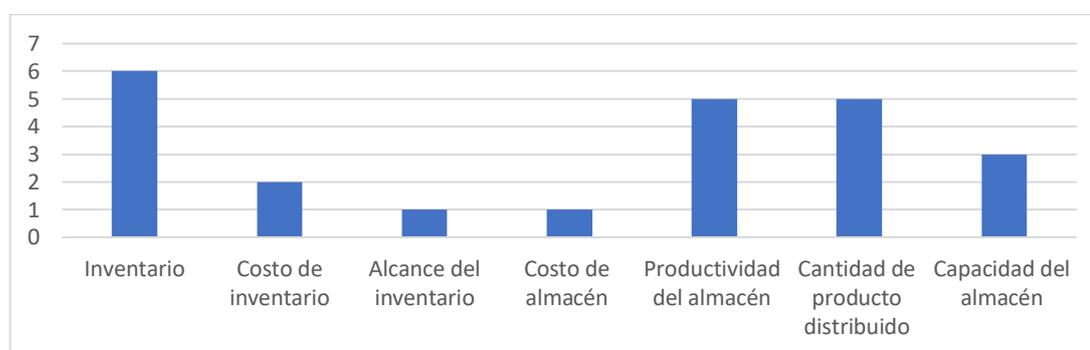


Figura 14-3: Indicadores de rendimiento del almacenamiento

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

Para determinar el rendimiento del procedimiento de almacenamiento seis miembros acuerdan en los inventarios como indicador principal, cinco acuerdan en la productividad del almacén y cantidad de producto distribuido como indicadores en segundo lugar, y en tercer lugar los indicadores de costo y alcance del inventario y costos de almacén, en esta caso los miembros operativos acuerdan en su mayoría con la primera opción, mientras que los administrativos tienden a la primera y segunda opción de indicadores, lo que muestra la discrepancia en opciones y experiencias de manejo de la empresa.

Interpretación

Para el adecuado desarrollo del almacenamiento dentro de la empresa la mayoría de los miembros de acuerdo en que el inventario es el principal factor para determinar su rendimiento mientras que en igual cantidad la productividad del almacén y la cantidad de producto distribuido serían los siguientes factores importantes en la incidencia de este rendimiento dejando por último la capacidad del almacén, costo y mantenimiento de este.

Pregunta 19: ¿En el indicador de producción qué parámetros se evalúan para determinar su rendimiento?

Tabla 22-3: Parámetros por evaluar en la producción

Indicadores	Miembros en acuerdo	Miembros en desacuerdo	Total miembros entrevistados
Manual de operaciones	2	6	8
Manual de procesos	3	3	8
Eficiencia de producción	4	4	8
Nivel de producción	6	2	8
Costo de producción	6	2	8
Cantidad producida	4	4	8
Productos elaborados	2	6	8

Elaborado por: Colcha (2021)

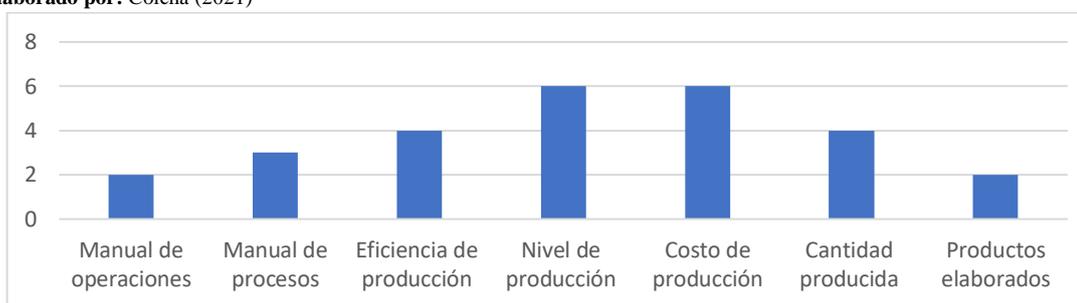


Figura 15-3: Indicadores del rendimiento de producción

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

Para determinar el rendimiento del procedimiento de producción dentro de la empresa seis miembros consideran al nivel y costo de producción como factores principales, cuatro miembros concuerdan en segundo lugar a la eficiencia de producción y la cantidad producida por la empresa, por último, dos miembros consideran al manual de operaciones y productos elaborados como último factor incidente en el desarrollo de este procedimiento.

Interpretación

El procedimiento de producción es uno de los más importantes dentro de la cadena de suministros de una empresa dedicada a la producción de bebidas malteadas de fermentación baja o nula pues de ello depende la cantidad que se puede cubrir a la demanda de los diferentes puntos de distribución activos de este producto, los miembros de administrativos solo consideran importantes de los parámetros como nivel y costo de producción y la eficiencia de la misma mientras que a nivel operativo el manual de operaciones y productos elaborados al igual que el manual de procesos son factores importantes para el desarrollo de estos pues de ellos depende las posteriores capacitaciones a los nuevos coladores el correcto uso de maquinaria y producción de esta forma se consigue un resultado homogéneo y que cumpla con los parámetros de calidad y seguridad laboral.

Pregunta 20: ¿En el indicador de distribución y transporte qué parámetros se evalúan para determinar su rendimiento?

Tabla 23-3: Parámetros por evaluar en la distribución y transporte

Indicadores	Miembros en acuerdo	Miembros en desacuerdo	Total miembros entrevistados
Intervalos de salida	3	5	8
Costo del transporte	4	4	8
Costo del mantenimiento del medio de transporte	3	5	8
Unidades disponibles	2	6	8
Unidades en mantenimiento	0	8	8
Rutas de distribución	3	5	8

Elaborado por: Colcha (2021)

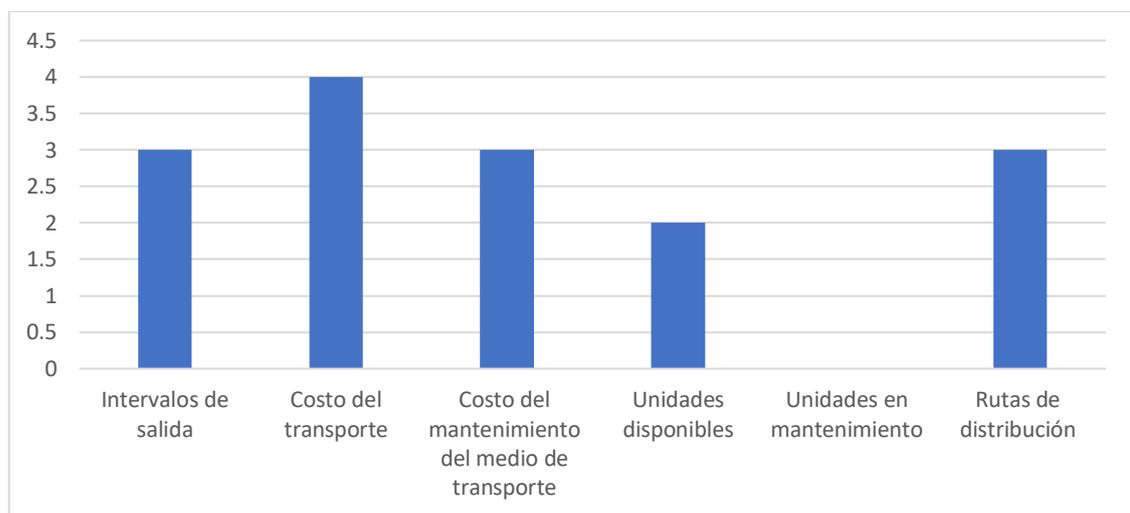


Figura 16-3: Indicadores de rendimiento en la distribución y transporte

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

Para determinar el rendimiento del indicador de distribución y transporte cuatro miembros consideran como factor principal al costo de transporte mientras que tres miembros consideran al intervalo de salida costo del mantenimiento del medio de transporte y rutas de distribución como el indicador en segundo lugar para determinar su rendimiento y teniendo como último indicador a las unidades disponibles.

Interpretación

En este indicador no existe mucha discrepancia entre los miembros del área administrativa con los miembros del área productiva, pues varios de ellos concuerdan entre el costo de transporte los intervalos de salida, costos de mantenimiento y rutas de distribución como parámetros principales para poder determinar su rendimiento y adecuado desarrollo en este proceso dejando por último en las unidades disponibles y las unidades de mantenimiento llegando a ser casi nulas en acuerdos entre los diferentes miembros de administrativos y operativos.

Pregunta 21: ¿En el indicador de servicio al cliente qué parámetros se evalúan para determinar su rendimiento?

Tabla 24-3: Parámetros por evaluar en el servicio al cliente

Indicadores	Miembros en acuerdo	Miembros en desacuerdo	Total miembros entrevistados
Límite de tiempo de entrega	2	6	8
Disponibilidad del producto	3	5	8
Unidades vendidas	7	1	8
Unidades devueltas	4	4	8
Nivel de satisfacción del cliente	5	3	8
Nivel de respuesta al cliente	0	8	8
Sugerencias del cliente	3	5	8

Elaborado por: Colcha (2021)

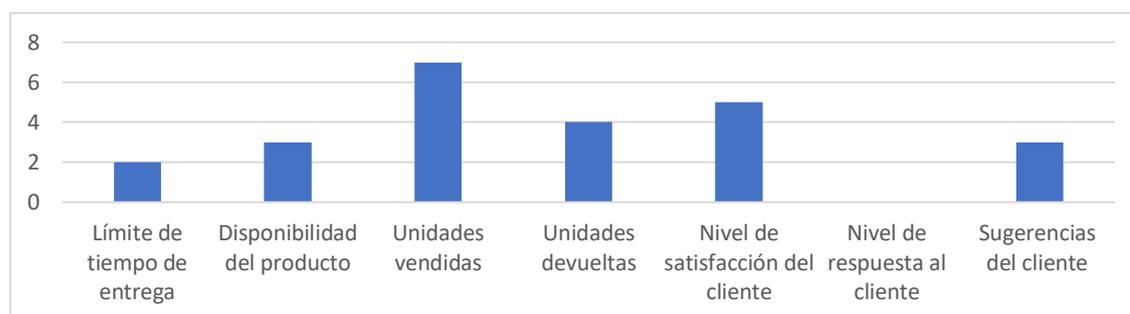


Figura 17-3: Indicadores del rendimiento de servicio al cliente

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

Para determinar el rendimiento en el indicador de servicio al cliente 7 miembros consideran a las unidades vendidas como el indicador de mayor importancia seguido del nivel de satisfacción del cliente donde concuerdan cinco miembros seguidos de la disponibilidad de producto las unidades de vuelta las sugerencias del cliente y el límite de tiempo de entrega teniendo éste como tercer factor para determinar el rendimiento del servicio al cliente.

Interpretación

El servicio del cliente es uno de los parámetros principales considerados por los miembros administrativos pues de ellos dependerá la cantidad de compra que adquieran los diferentes puntos de distribución logrando así un alto nivel de satisfacción del cliente evitando de esa forma las unidades de vueltas, las sugerencias de clientes son muy importantes para el área administrativa pues de ellos depende el mejoramiento y capacitaciones a los diferentes colaboradores de la empresa para un mejor trato con los mismos cumpliendo dentro de los límites del tiempo de entrega y como una disponibilidad del producto adecuada coordinada con el área operativa.

Pregunta 22: ¿En el indicador de apoyo qué parámetros se evalúan para determinar su rendimiento?

Tabla 25-3: Parámetros por evaluar en el apoyo

Indicadores	Miembros en acuerdo	Miembros en desacuerdo	Total miembros entrevistados
Personal que interfiere	2	6	8
Personal acorde a competencias y habilidades	7	1	8
Procesos que ocupen TICs	3	5	8
Inversión en TICs	1	7	8

Elaborado por: Colcha (2021)

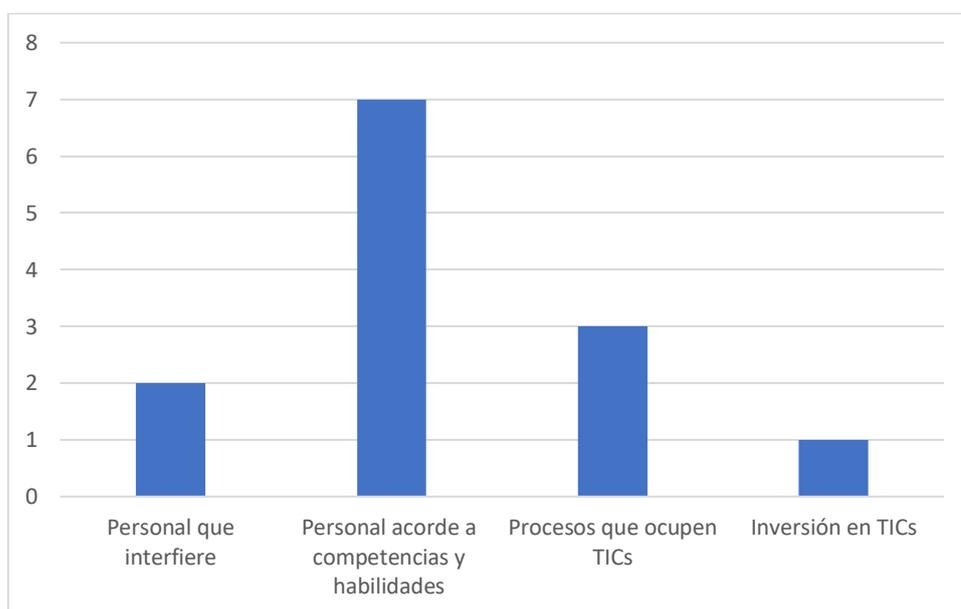


Figura 18-3: Indicadores del rendimiento del apoyo

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

Para determinar el rendimiento en el indicador de apoyo, siete miembros están de acuerdo que debe existir el personal acorde a competencias y habilidades seguido de los procesos que ocupen tecnologías de información y comunicación y el personal que interfiere además de ello queda en último lugar la inversión en tecnologías de la información y comunicación.

Interpretación

En este parámetro es muy fácil evidenciar que los miembros administrativos consideran muy importante al personal ya que éste debe cumplir con ciertas características y habilidades que cumplan con las funciones y roles determinados para cada puesto. Mientras que los miembros del área operativa concuerdan en que el personal que interfiere en estos procedimientos debe ser capaces de cubrir las necesidades de la empresa.

3.1.1.3. Sección tercera: PERCEPCIÓN EMPRESARIAL

Pregunta 23: ¿Cómo considera el proceso logístico dentro de la empresa “CERVEZA MESTIZA”?

Tabla 26-3: Percepción empresarial

Escala	Miembros en acuerdo	Porcentaje	Miembros en desacuerdo	Total miembros entrevistados
No es importante	1	11%	7	8
Poco importante	1	11%	7	8
Neutral	0	0%	8	8
Importante	5	56%	3	8
Muy importante	2	22%	6	8
Total porcentaje				100%

Elaborado por: Colcha (2021)

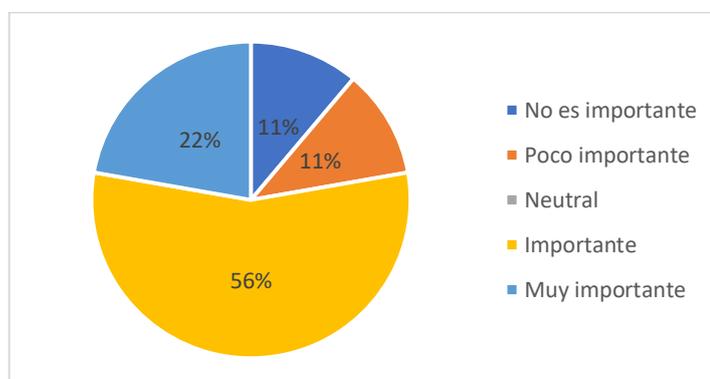


Figura 19-3: Consideración del proceso logístico en la empresa

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

el 56% de los miembros correspondientes a cinco de ellos consideran el proceso logístico de la empresa como un factor importante mientras que el 22% correspondiente a dos miembros lo consideran muy importante y en igual proporción es un miembro considera que no es importante y un miembro lo considera poco importante correspondientes al 11% respectivamente.

Interpretación

El proceso logístico es considerado por cinco miembros como un factor importante mientras que dos miembros lo consideran muy importante teniendo al final como un poco importante o no importante a dos miembros que lo consideran respectivamente esto haciendo notar que en el área productiva los miembros lo consideran como un factor muy importante en el desarrollo de los procedimientos que llevan a cabo la marcha en la elaboración y distribución del producto mientras que la parte operativa de practicantes lo consideran como poco importante o que no es importante debido a que ellos se encuentran temporalmente en la empresa y desconocen del funcionamiento de esta.

3.1.2. Resultados de las encuestas aplicadas a la población 2

Para recabar información externa a la empresa, se sometieron a la aplicación de una encuesta a la muestra de la población dos correspondiente a los 50 establecimientos activos de distribución, pertenecientes a la base de datos proporcionada por la empresa donde muestra el nombre del establecimiento y su ubicación.

En el **ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA A PUNTOS ACTIVOS DE DISTRIBUCIÓN 2021**, se encuentra la guía de preguntas referentes a cantidad de producto adquirido, preferencia de compra, nivel de satisfacción y recomendaciones hacia el producto.

3.1.2.1. Sección primera: IDENTIFICACIÓN DE LOS ENCUESTADOS

Tabla 27-3: Identificación resumen de los encuestados

Área del distribuidor	Categoría o nivel de servicio						Total	% por nivel
	Primera	%	Segunda	%	Tercera	%		
Hospedaje	0	0	2	100	0	0	2	4%
Alimentación	0	0	11	65	6	35	17	34%
Entretenimiento	1	3	18	58	12	39	31	62%
TOTAL, ESTABLECIMIENTOS ACTIVOS DE COMPRA							50	100%

Elaborado por: Colcha (2021)

En el **ANEXO C: BASE DE DATOS PUNTOS ACTIVOS DE DISTRIBUCIÓN CERVEZA MESTIZA 2021**, se detalla el nombre del establecimiento, dirección y lugar de referencia.

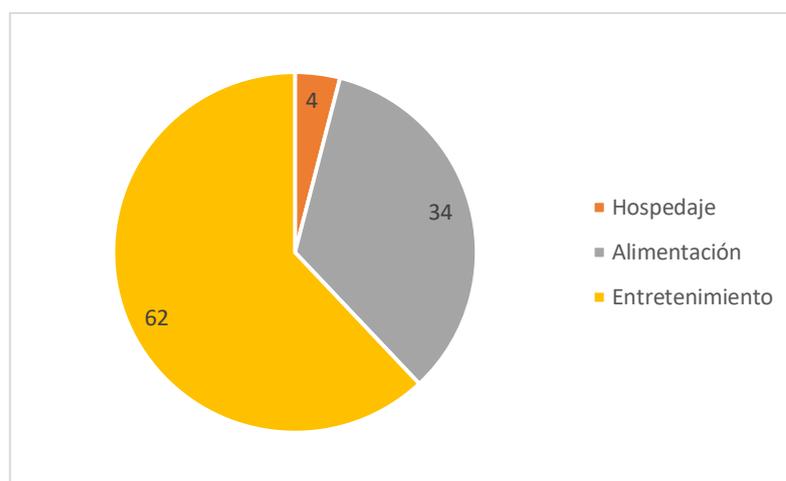


Figura 20-3: Puntos activos de distribución 2021

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

El 62% pertenecen al área de entretenimiento, de estos el 3% son de primera categoría, el 58% son de segunda categoría y el 39% son de tercera categoría. El área de alimentación se encuentra en segundo lugar con el 34% de establecimientos encuestados, de ellos el 65% pertenecen a la segunda categoría y el 35% corresponden a la tercera categoría, en esta área no se registran establecimientos de primer nivel de servicio. En el área de hospedaje se registran dos establecimientos de segunda categoría, correspondientes al 4% del total de establecimientos encuestados.

Interpretación

La cantidad mayoritaria de puntos activos de distribución pertenecen al área de entretenimiento como bares y discotecas, la mayoría con un nivel de servicio prioritario y medio teniendo un solo servidor turístico de primer nivel y al igual que en el área de alimentación la mayoría de los servidores turísticos se centran en el nivel segundo y tercer de servicio y en el área de hospedaje solo se registran dos establecimientos de segunda categoría.

3.1.2.2. Sección segunda: *PREFERENCIAS DE ESTILOS DE CERVEZA MESTIZA*

Pregunta 4: Al momento de realizar su compra ¿qué estilo de cerveza suele adquirir?

Tabla 28-3: Estilo de cerveza adquirido

Estilo de cerveza	Puntos que adquieren el estilo de cerveza	Porcentaje establecimientos que si adquieren	Puntos que no adquieren el estilo de cerveza	Total establecimientos encuestados
Diabla Ale	50	36 %	0	50
Ecuatoriana Stout	46	34 %	4	50
Rubia Pale Ale	41	30 %	9	50
Total porcentaje				100%

Elaborado por: Colcha (2021)

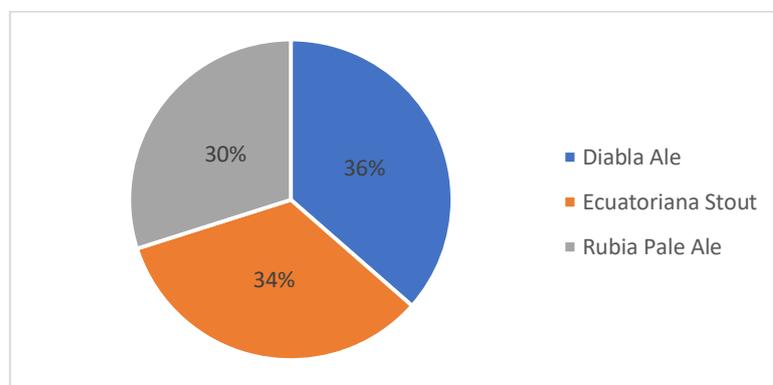


Figura 21-3: Estilos de cerveza adquiridos en la compra del cliente

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

Al momento de realizar la compra la totalidad de clientes adquiere el estilo diabla Ale mientras que 46 clientes adquieren ecuatoriana Stout y 41 clientes adquieren rubia palé Ale, lo que nos indica que existe una rotación 36% de diabla Ale, un 34% de ecuatoriana Stout y un 30% de Rubia palé Ale.

Interpretación

La diabla Ale es un estilo de cerveza más conocido debido a sus características únicas en el mercado haciendo la cerveza adquirida por todos los diferentes puntos, por su naturaleza la ecuatoriana Stout refiere a tonalidades de intensidad de sabor más pronunciadas aun así hacer un estilo diferente al tradicional es adquirida por casi todos los puntos de distribución exceptuando a cuatro de ellos, el estilo de cerveza rubia palé Ale se convierte en el modelo más tradicional y no tan aceptado por los consumidores reteniendo en 9 puntos de distribución la negativa de adquirir este producto en sus diferentes adquisiciones de productos.

Pregunta 5: ¿Cuál estilo es su preferido?

Tabla 29-3: Estilo preferido por el establecimiento

Estilo de cerveza	Puntos que prefieren el estilo cerveza	que el de	Porcentaje Establecimientos que prefieren	Puntos que no prefieren el estilo de cerveza	Total establecimientos encuestados
Diabla Ale	43		52%	7	50
Ecuatoriana Stout	26		32%	24	50
Rubia Pale Ale	13		16%	37	50
Total porcentaje					100%

Elaborado por: Colcha (2021)

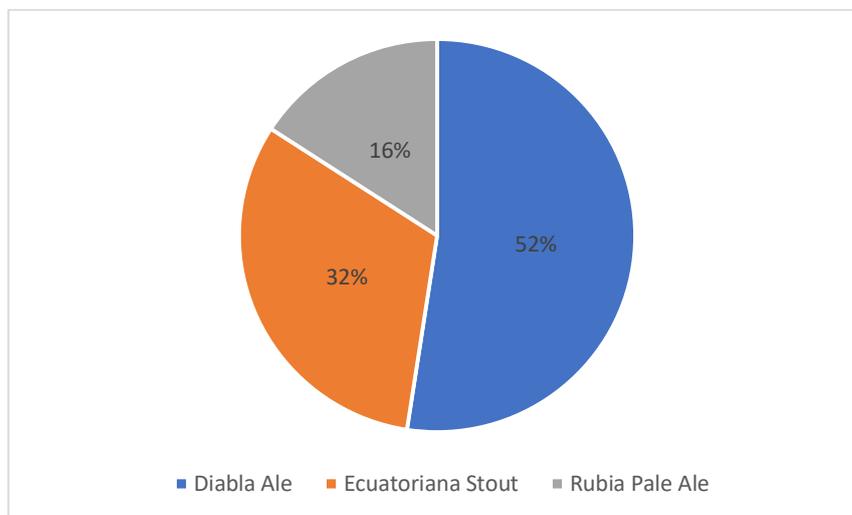


Figura 22-3: Estilo preferido por el cliente

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

El estilo preferido por 43 clientes es la diabla Ale mientras que 26 clientes prefieren y la ecuatoriana Stout y 13 clientes prefieren rubia palé ale denotando así la preferencia por el estilo Diabla Ale esto se debe a su nivel de alcohol contenido

Interpretación

El estilo de cerveza producido dentro de la empresa al ser diferentes al que el consumidor está acostumbrado puede llegar a tomar favoritismos en estilos más apegados a los tradicionales tal es el caso de la preferencia de diabla Ale dónde supera a por casi la mitad al estilo ecuatoriana Stout y por el triple de preferencia al estilo Rubio, está preferencia es gracias al color característico y nivel alcohólico pronunciado.

3.1.2.3. Sección tercera: COSTO DE VENTA

Pregunta 6: ¿Cuál es el costo de venta al público en el establecimiento?

Tabla 30-3: Costo de venta al público en el establecimiento

Costo	Puntos que comercializan a ese costo	Porcentaje establecimientos que comercializan a ese costo	Puntos que no comercializan a ese costo	Total establecimientos encuestados
2.00	0	0%	50	50
2.25	4	8%	46	50
2.75	19	38%	31	50
2.50	13	26%	37	50
3.00	8	16%	42	50
3.25	6	12%	44	50
Total porcentaje				100%

Elaborado por: Colcha (2021)

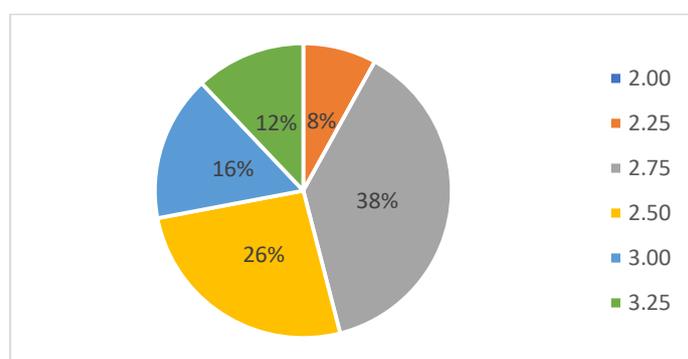


Figura 23-3: Costo de venta al público

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

El 38% de clientes equivalente a 19 establecimientos comercializan el producto en un costo de 2.75USD, 13 establecimientos lo comercializan en 2.50USD equivalente al 26% de clientes, el 16% lo comercializan en 2.00USD

Interpretación

El costo de venta al público en los diferentes de establecimientos varía acorde al nivel o categoría en las que estos se encuentren acorde al catastro entregado por el gobierno autónomo descentralizado del cantón Riobamba con la base del año 2018 En comparación con la base entregada de puntos de distribución de la empresa se han mantenido los diferentes puntos teniendo las mismas categorías hasta el momento, de ellos depende el costo de venta al público pues algunas al ser más comerciales deben disminuir el costo mientras que otras de hacer más discursivas pueden aumentar los sin ningún problema ya que el nivel socioeconómico de las personas se encuentra dentro de las posibilidades para cancelar este valor.

Pregunta 7: ¿Realiza promociones/ofertas con el producto?

Tabla 31-3: Establecimientos que realizan promociones con el producto

Opciones	Cantidad de establecimientos	Porcentaje
SI	19	38%
NO	31	62%
Total	50	100%

Elaborado por: Colcha (2021)

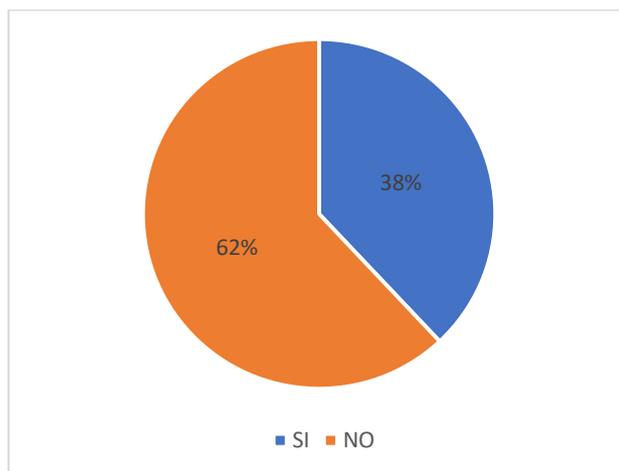


Figura 24-3: Promociones en los establecimientos

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

El 62% de compradores equivalentes 31 establecimientos no realizan promociones y ofertas esto en relación con la base de datos corresponde más a lo que son establecimientos dedicados solamente a la venta y comercialización de licores siendo estos más conocidos como licorerías, mientras que el 38% de compradores de equivalentes a 19 establecimientos realizan promociones y ofertas del producto.

Interpretación

Con base en el catastro los servidores turísticos 2018 del GADMR los establecimientos que realizan promociones con el producto refieren lugares de entretenimiento y alimentación, mientras que operadores turísticos y alojamiento hospedaje no realiza en este tipo de promociones pues al tener un público más exclusivo y con la capacidad de cubrir el valor total del producto no tienen la necesidad de realizar este tipo de promociones.

3.1.2.4. Sección cuarta: ROTACIÓN DEL PRODUCTO

Pregunta 8: ¿Con qué frecuencia compra el producto?

Tabla 32-3: Frecuencia de compra del producto

Frecuencia de compra	Cantidad de establecimientos	Porcentaje
Semanal	7	14%
Quincenal	18	36%
Mensual	25	50%
Total	50	100%

Elaborado por: Colcha (2021)

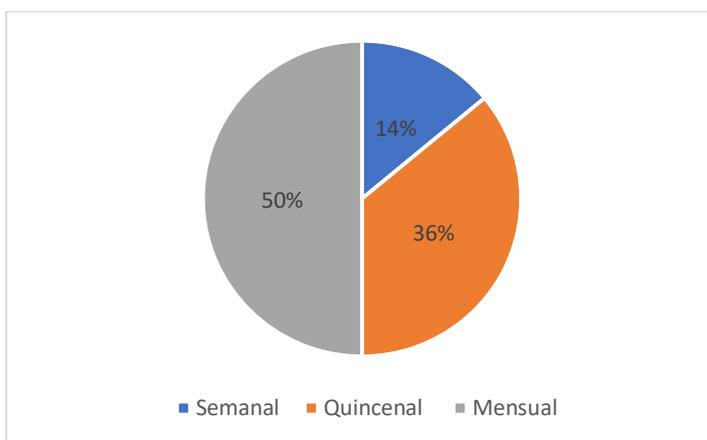


Figura 25-3: Frecuencia de compra del producto

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

El 50% de los establecimientos o puntos de distribución que adquieren el producto lo realizan de forma mensual, el 36% de los puntos de distribución correspondiente a 18 establecimientos señala que realiza una compra quincenal del producto por último siete establecimientos correspondientes al 14% realiza una compra semanal del producto.

Interpretación

Los puntos de distribución que adquieren el producto al mes y acorde a la base de datos de adquisición de la empresa son aquellos licorerías que compran productos superiores a una caja de 37 unidades teniendo como promedio la venta de una botella al día, aquellos establecimientos que realizan una compra quincenal del producto restaurantes y centros de diversión ubicados en la zona centro de la ciudad de Riobamba donde en promedio adquieren de 15 a 27 unidades por pedido, por último aquellos con mayor rotación de producto corresponden a restaurantes que realizan pedidos cada semana esto gracias a la cantidad de flujo de personas de sus establecimientos y mayor rotación del producto.

Pregunta 9: ¿Con que frecuencia vende el producto?

Tabla 33-3: Frecuencia de venta del producto

Frecuencia de venta	Cantidad de establecimientos	Porcentaje
1 vez por semana	11	22%
quincenal	5	10%
3 veces por semana	21	42%
diario	13	26%
Total	50	100%

Elaborado por: Colcha (2021)

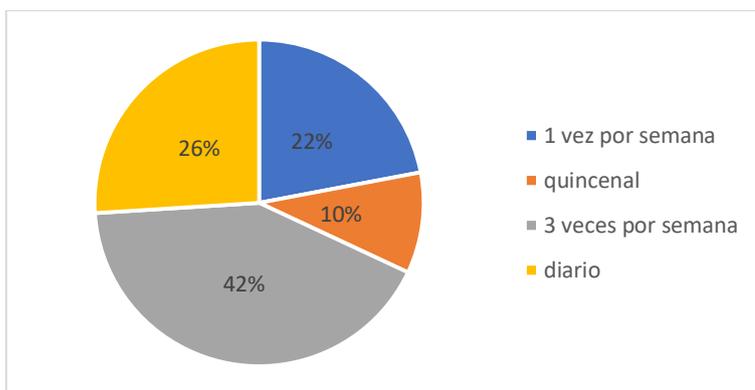


Figura 26-3: Frecuencia de venta al público

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

La rotación del producto en un 42% equivalente a 21 establecimientos se la realiza una vez por semana en relación a la base de datos estos clientes son aquellos que adquieren el producto cada 15 días, el 26% equivalente a 13 establecimientos tiene una rotación diaria del producto en relación al nivel de compra estos clientes lo adquieren cada semana, el 22% equivalente a 11 establecimientos tienen una rotación de tres veces por semana estos clientes son aquellos que realizan la compra cada 15 días, mientras que el 10% de establecimientos equivalente a 5 establecimientos tiene una rotación quincenal del producto estos clientes son aquellos que adquieren el producto una vez por mes.

Interpretación

En los diferentes establecimientos la rotación del producto en la gran mayoría es de 3 veces por semana llegando a ser casi la mitad de los establecimientos que adquieren el producto de manera quincenal son muy guapas los establecimientos que lo distribuyen de esa manera en cuanto a ventas diarias cerca de un tercio de los establecimientos la realiza forzando de esa manera adquirir más producto en el menor tiempo para satisfacer a sus consumidores

3.1.2.5. Sección quinta: PERCEPCIÓN HACIA EL PRODUCTO

Pregunta 10: ¿Cómo considera la calidad del producto?

Tabla 34-3: Percepción hacia el producto

Escala	Cantidad de establecimientos	Porcentaje
Muy buena	22	44%
Buena	16	32%
Neutral	12	24%
Mala	0	0%
Muy mala	0	0%
Total	50	100%

Elaborado por: Colcha (2021)

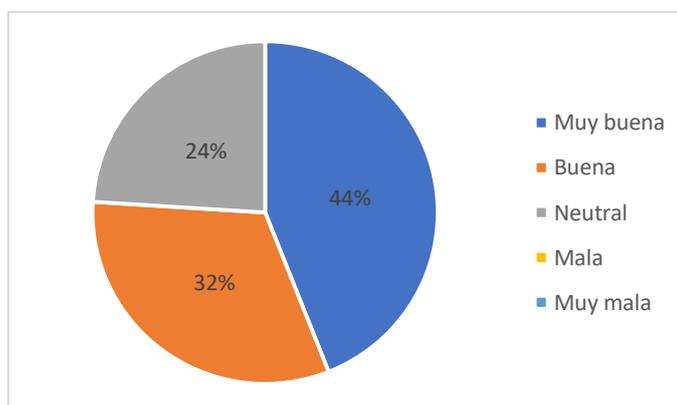


Figura 27-3: Percepción del cliente sobre la calidad del producto

Elaborado por: Colcha (2021)

Análisis

El 44% de clientes correspondiente a 22 establecimientos consideran la calidad del producto como muy buena, el 32% de clientes equivalente a 16 establecimientos consideran la calidad del producto buena mientras que el 24% de clientes equivalente a 12 establecimientos lo ven como una calidad neutral.

Interpretación

En relación con la base de datos de los clientes podemos observar que aquellos que determinaron que la calidad del producto es muy buena y buena son aquellos que adquieren el producto con mayor rotación en el mercado, como restaurantes y bares, mientras que aquellos que la consideran neutra son licorerías que han adquirido el producto recientemente y no tienen mayor rotación en el mercado. Lo que podemos notar que a mayor cantidad de rotación del producto la calidad es percibida es mucho mayor que la percepción de los clientes que recién están empezando a adquirirlo.

3.1.3. *Resultados de la ejecución de la ficha de observación dentro de la empresa*

Tabla 35-3: Ficha de observación dentro de la empresa

N#	FACTOR	OBSERVACIÓN
SOBRE LA DISTRIBUCION DE PLANTA		
1	Esquema gráfico de la distribución de planta	La planta tiene las siguientes áreas: almacenamiento, producción, limpieza, empaquetado, etiquetado, recepción de materia prima y molienda
Para mejor comprensión revisar el ANEXO D: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA		
2	Señalética	La señalética solo se distingue en 3 áreas: almacenamiento, producción y recepción de materia prima por lo que hay una inexistencia de señalética tanto de áreas específicas como de ubicación general de materiales.
3	División de áreas	Actualmente cuenta con 3 áreas claramente identificables, pero, que no se encuentran delimitadas de forma adecuada, no existe líneas de división, a excepción del área de producción donde aparte de tener el piso epóxico de color azul, cuenta con un “cerco” de barriles que limita el acercamiento de la gente a la maquinaria.
SOBRE LA CADENA DE SUMINISTRO		
4	Abastecimiento	La materia prima: malta, lúpulo, levadura, carragenina, cacao, roble, botellas, tillos, vasos, entre otros se compran en la ciudad de Quito, y en su mayoría son productos exportados, así como: Malta: Alemania, Patagonia, Holanda, entre otros Lúpulo: Estados unidos, Alemania Levadura: Estados unidos, Francia Roble: Estados unidos Cacao: Ecuador.

5	Almacenamiento	<p>Para la materia prima se divide el almacenamiento, la malta se mantiene sobre pallets de madera en un ambiente seco evitando la entrada de luz solar, para el lúpulo, levadura y botellas llenas, se almacenan en la cámara de frío y en el producto en fermentación, se mantiene en tanques de 800lt de acero inoxidable en la cámara de frío.</p>
6	Producción	<p>Se basa en tres etapas, el precalentado de agua, la cocción, maceración y recirculado, y la ebullición junto a la añadidura de lúpulos.</p> <p>Una vez listo el mosto verde proceden a enviarlo al tanque de maduración en temperatura ambiente, este debe estar sellado en sus llaves de salida, y por último se agrega levadura adecuada para la cerveza, pasado cierto tiempo se elimina la capa de mosto decantada y se realiza el trasvase a uno de los tanques de fermentación de la cámara de frío, con ello se controla temperatura y se desechan residuos de sedimentos.</p> <p>Una vez lista la cerveza en el tanque de fermentación, se procede a conectar los acoples necesarios para el embotellado, ya sea de 18 o de 11 litros, una vez presurizados los barriles están listos para su venta en taps.</p> <p>Para el embotellado se realiza la correspondiente limpieza y sanitización de acoples y botellas, los barriles deben estar listos con un determinado tiempo de anterioridad, se embotella, entilla, etiqueta, contabiliza, y se almacena para su posterior venta.</p>
7	Distribución	<p>Los pedidos se receptan directo de los establecimientos de los clientes y se les realiza la entrega correspondiente dentro del tiempo mínimo de espera, un día a nivel local, dos a nivel nacional, en la base de datos muestran las direcciones de los clientes para una mejor ubicación con los nuevos colaboradores.</p>
8	Servicio al cliente	<p>se maneja el servicio tradicional, donde una persona encargada se dirige hacia los diferentes establecimientos ya sea por renovar pedidos, realizar cobros, o apertura de nuevos mercados.</p> <p>Al momento de entrega del producto se lo realiza de ser posible entre dos personas, la que se encargó de realizar la venta y la personas que está encargada de planta, así se conoce el establecimiento, a la persona encargada y viceversa.</p>

9	Apoyo	Se maneja la red social Facebook e Instagram, donde publican información, promociones y fotos del producto, aun no cuentan con una página de internet donde se puedan dar a conocer de mejor manera.
SOBRE LOS INVENTARIOS		
10	Materia prima	<p>Malta y lúpulo: No se tiene un formato fijo para contabilizar la cantidad de entrada existente, pero si se contabiliza la saliente o ya utilizada</p> <p>Levadura: se contabiliza la cantidad que entra, lo que se ocupa y lo que sobra.</p> <p>Botellas vacías: se cuenta la cantidad de entradas, pero no tiene un registro exacto ya que algunas botellas se devuelven a la fábrica y se usan de nuevo.</p>
11	Producto final	<p>Las botellas llenas se cuentan por lotes (día/estilo/mes) ejemplo, si el día 12 de abril de 2021 se embotellaron 50 unidades de cerveza Diabla Ale, en el inventario debe constar como 12DA04, y cuando se sacan botellas de esa fecha se resta a la cantidad inicial, ya sea por pedido, muestra o souvenir.</p> <p>Para barriles, se encuentra numerados y etiquetados entre grandes y pequeños, se marca con etiquetas de color verde para Stout, fucsia para Diabla, amarilla para Rubia y blancas para Especiales,</p> <p>Para su registro se coloca en la base de datos:</p> <p>el número de barril,</p> <p>cantidad del barril</p> <p>fecha/lote/estilo,</p> <p>y destino (embarrilado, botellas, sale a establecimientos, etc.)</p>
12	Productos para limpieza y mantenimiento de maquinaria e instrumentos	Se tiene un registro de utilización de soluciones para limpieza de maquinaria, barriles y acoples, y soluciones como cloro y alcohol de uso general.

13	Maquinaria	se tiene un registro general de la cantidad de acoples: abrazaderas, empaques para abrazaderas, tapas de barriles, empaques para tapas de barriles, maduradores, fermentadores, precalentador, macerador, Whirlpool, bombas, tubos, tapas, empaques y abrazaderas para fermentadores, tomador de muestras, pipetas, refractómetros, balanzas.
SOBRE EL ENVASE, EMPAQUE Y EMBALAJE		
14	Envase	Ocupan botellas de vidrio negro de 300ml o 330ml para cualquier estilo de cerveza Para fermentación se lo hace en tanques de acero inoxidable de 300lt, 400li y 800lt Para estilos especiales en algunos casos se utiliza plástico rígido, tanques de 150lt. Los barriles con de acero inoxidable y tienen capacidad de 20 y 11 litros Para cerveza en taps se venden en growler de un litro de vidrio transparente y de dos litros de vidrio negro.
15	Empaque	se colocan en cajas de cartón con capacidad de 27 unidades para pedidos menores a 12 unidades se los entrega en bolsas plásticas los barriles no necesitan empaque se los entrega directamente para sixpack de temporada se adquieren cajas de madera liviana o cartón prensado
16	Embalaje	En cajas se utiliza cinta de embalaje para producto final, al momento de recibir botellas, se usa film y flejes plásticos. En bultos de dos o tres cajas de 27 y 30 unidades
17	Suplementarios para empaque	Se coloca papel periódico entre las botellas para que estas no choquen y generen raspones en las etiquetas o se puedan romper cuando una caja sale incompleta se coloca tiras de cartón doblado para evitar el movimiento de las botellas
18	Suplementarios para embalaje	No tiene suplementos de embalaje para distribución Cuando se recepta las botellas vacías, vienen en pacas de tres cajas de 27 unidades envuelta en papel film y con flejes en ambos lados.

Elaborado por: Colcha (2021)

3.2. Diagnóstico de la situación actual de la empresa Cerveza Artesanal Mestiza

3.2.1. Parámetros administrativos de la empresa al año 2021

3.2.1.1. Matriz FODA 2021

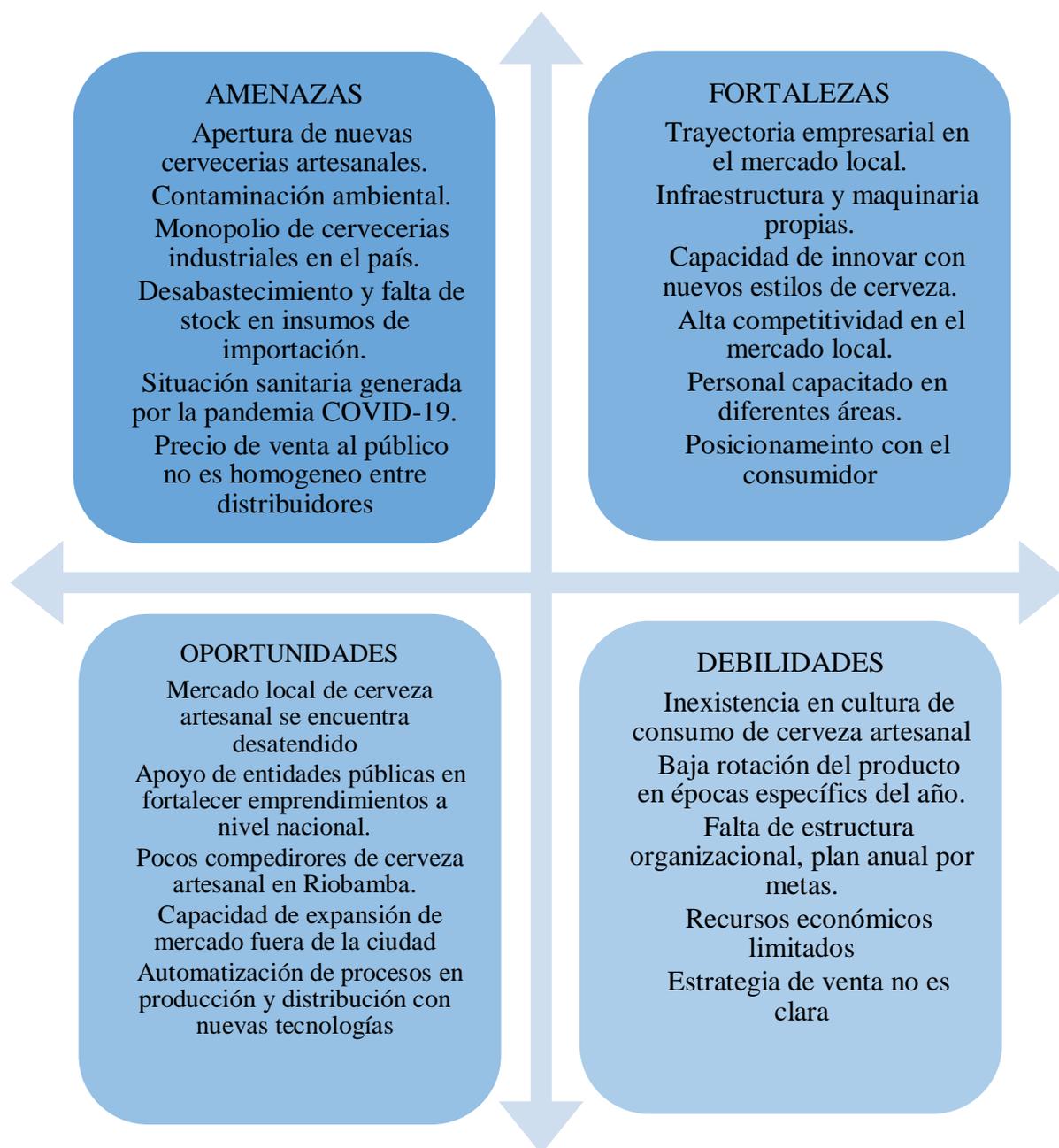


Figura 28-3: Matriz FODA de la empresa CERVEZA MESTIZA

Elaborado por: Colcha (2021)

3.2.1.2. Organigrama estructural de la empresa al año 2021

La empresa Cerveza Artesanal Mestiza no cuenta con un organigrama estructural definido por lo que se puede definir como una organización transversal dividida en tres secciones: directivos, producción y apoyo, en este caso la empresa cuenta con tres miembros de planta el gerente, el administrador y la persona encargada producción y mantenimiento, para la comercialización y ventas se cuenta con un miembro ocasional de apoyo externo. Como se muestra en la siguiente figura.



Figura 29-3: Diseño transversal, organigrama estructural de la empresa

Elaborado por: Colcha (2021)

Para un mejor entendimiento y con base en los parámetros mencionados estos parámetros dividen a la empresa en dos departamentos, lideradas por el gerente: el departamento administrativo y el departamento productivo y comercial

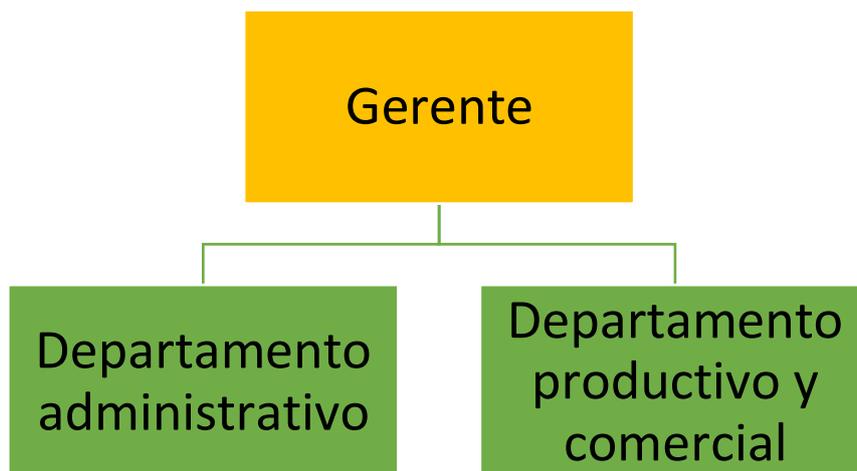


Figura 30-3 Organigrama estructural de la empresa CERVEZA MESTIZA

Elaborado por: Colcha (2021)

3.2.1.3. Organigramas posicionales de la empresa al año 2021

Dentro de la empresa existen tres personas encargadas del desarrollo constante de la empresa, se tiene de esa forma una persona desempeña el rol de gerencia, un miembro es encargado de la administración y por último un miembro encargado de la producción y comercialización del producto.

Tabla 36-3: Descripción del puesto de Gerente

1 Identificación del puesto	Gerente		
1.1 Nivel	Directivo		
1.2 Nombre	José Viteri		
2 misión del puesto	Dirige, analiza y conduce la ejecución de los objetivos de la empresa		
3 Relaciones internas y externas del puesto			
3.1 relaciones internas	Colaboradores y Junta directiva		
3.2 relaciones externas	Proveedores, Entidad de control, Empresas públicas y privadas, Clientes, Medios de comunicación, Instituciones educativas públicas y privadas.		
4 Contenido del puesto			
4.1 Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro			
4.2 Establece las funciones y cargos del personal			
4.3 Toma Decisiones, supervisa y controla las actividades planificadas			
4.4 Efectúa comparativos con lo realizado, detecta desviaciones o diferencias de las actividades propuestas.			
5 Especificaciones del puesto			
5.1 educación / instrucción	Técnico de mantenimiento industrial		
5.2 experiencia	Jefe de mantenimiento equipo hospitalario, EE. UU, 1980 – 2010 Gerencia de Cervecería Artesanal Mestiza, desde el año 2012 hasta la fecha 2021		
6 Responsabilidades			
6.1 Lidera la empresa			
6.2 Toma de decisiones asertivas para el correcto funcionamiento			
6.3 Coordina reuniones			
6.4 Verifica la cartera de clientes			
6.5 Resuelve la reparación o desperfectos de la empresa			
7 competencias			
	Alto	Medio	Bajo
Liderazgo	X		
Innovación	X		
Logro y acción		X	
Toma de decisiones	X		
Emprendimiento	X		
Evaluación	X		
Seguimiento	X		
8 Condiciones de trabajo			
8.1 nivel de riesgo Medio: Salud, ocupacional			
9 Reporte y supervisión			
9.1 se reporta con: Junta directiva			
9.2 supervisa a: departamentos: administración, producción y comercial.			

Elaborado por: Colcha (2021)

Tabla 37-3: Descripción del puesto de Administrador

1 Identificación del puesto	Administrador		
1.1 Nivel	Directivo		
1.2 Nombre	Estefano Larrea		
2 Misión del puesto	Liderar, organizar y controlar las metas a corto, mediano y largo plazo		
3 Relaciones internas y externas del puesto			
3.1 relaciones internas	Colaboradores y Junta directiva		
3.2 relaciones externas	Proveedores, Entidad de control, Empresas públicas y privadas, Clientes, Medios de comunicación, Instituciones educativas públicas y privadas.		
4 Contenido del puesto			
4.1 Planificar, adquisición de insumos, estrategias de mercado, campañas publicitarias, contenido de eventos, reuniones internas y externas.			
4.2 Verificar actividades para cumplir con las estrategias, metas y objetivos			
4.3 Adquisición de insumos, permisos de operación, acercamiento de instituciones y empresas.			
4.4 Determinar la contingencia operativa y procedimientos mitigables.			
4.5 Apoyo en actividades de elaboración del producto y distribución.			
5 Especificaciones del puesto			
5.1 educación / instrucción	Sociólogo con mención en Relaciones Internacionales		
5.2 experiencia	Administración del Pub Restaurant Beer Garden, desde el año 2014 hasta el 2018 Administración de Cervecería Artesanal Mestiza, desde el año 2012 hasta la fecha 2021		
5.3 Capacitación	Correcta elaboración y procedimientos de la cerveza, 2015 Organización y manejo con enfoques a restaurantes y afines, 2019 Cocina polivalente, 2016		
6 Responsabilidades			
6.1 Planificación del presupuesto mensual de la empresa			
6.2 Proveer de materia prima para la elaboración del producto.			
6.3 Gestionar permisos para el correcto funcionamiento del establecimiento			
6.4 Manejo de contabilidad tributaria			
7 Competencias			
	Alto	Medio	Bajo
Liderazgo		X	
Innovación	X		
Logro y acción		X	
Toma de decisiones	X		
Emprendimiento	X		
Evaluación	X		
Seguimiento	X		
8 Condiciones de trabajo			
8.1 nivel de riesgo Medio: Salud, ocupacional			
9 Reporte y supervisión			
9.1 se reporta con: Gerente			
9.2 supervisa a: Departamento de producción y comercialización			

Elaborado por: Colcha (2021)

Tabla 38-3: Descripción del puesto de Encargado de producción y comercialización

1 identificación del puesto	Encargado de producción y comercialización		
1.1 Nivel	Operativo		
1.2 Nombre	Katherin Colcha		
2 misión del puesto	Correcto procesamiento, elaboración y distribución del producto		
3 relaciones internas y externas del puesto			
3.1 relaciones internas	Directivos		
3.2 relaciones externas	Clientes, distribuidores, proveedores		
4 contenido del puesto			
4.1 Planificar y gestionar actividades a practicantes			
4.2. Supervisar y gestionar el área de producción			
4.3 Optimización de procesos y recursos en producción			
4.4 Organización de recursos e insumos			
4.5 Distribución del producto a intermediarios y clientes directos			
4.6 Gestión de cobros			
4.7 evaluación y seguimiento a clientes			
4.8 creación de contenido multimedia digital y tradicional			
4.9 atención al cliente			
5 especificaciones del puesto			
5.1 educación / instrucción	Estudiante de la carrea de Gestión de Transportes perteneciente a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo		
5.2 experiencia	Aprendiz de producción, practicante de planta y planificación, supervisora de mantenimiento y producción en Cerveza Artesanal Mestiza		
5.3 capacitación	NA		
6 responsabilidades			
6.1 Producción			
6.2 Recaudación			
6.3 Inventario: materia prima, producto elaborado, insumos e instrumentos			
6.3 Atención al cliente			
6.4 Promoción en redes sociales			
6.5 Diseño de materiales publicitario			
6.6 Determinar las actividades que deben cumplir los diferentes practicantes preprofesionales en las diferentes secciones.			
7 competencias			
	Alto	Medio	Bajo
Liderazgo	X		
Innovación	X		
Logro y acción	X		
Toma de decisiones		X	
Evaluación	X		
Seguimiento	X		
Emprendimiento		X	
8 condiciones de trabajo			
8.1 nivel de riesgo	Físico, salud, ocupacional		
8.2 nivel de conocimiento	Medio		
8.3 nivel de conducta	Medio		
9 reporte y supervisión			
9.1 se reporta con: Administrador y Gerente			
9.2 supervisa a:	Practicantes		

Elaborado por: Colcha (2021)

3.2.2. *Parámetros operativos al año 2021*

En la planta de producción y distribución de la empresa cerveza artesanal mestiza se elaboran tres estilos bases de cerveza en estilo inglés la característica principal es la densidad y cantidad de carbonatación al paladar en el producto final de esa manera tenemos tres estilos de cerveza tipo Ale, que se producen de manera estandarizada y continua:

- Diabla Ale
- Ecuatoriana Stout
- Rubia Pale Ale

Además, se elaboran estilos especiales o de temporada utilizando frutas y especias como: mango, durazno, maracuyá, mandarina, IPA, entre otros. En el periodo abril 2019 a junio 2021, se ha considerado para realizar el análisis de nivel productivo y distribución, esto dentro de un ambiente ligeramente conflictivo debido a situaciones políticas nacionales e internacionales, como el paro nacional, octubre 2019, y posterior a ello la pandemia covid-19 en el periodo de aislamiento marzo 2020 – septiembre 2020, por lo que las cantidades se tornan a niveles irregulares en cuanto a litros producidos.

La siguiente tabla muestra la cantidad de litros producidos en los diferentes estilos de cerveza que elabora la empresa.

Tabla 39-3: Nivel de producción en el periodo abril 2019 - junio 2021

FECHA	ESTILOS DE CERVEZA PRODUCIDA			
	DIABLA ALE	ECUATORIANA STOUT	RUBIA PALE ALE	ESPECIALES
CANTIDAD DE LITROS PRODUCIDOS				
Año 2019, periodo abril – agosto				
T. ESTILO	1700	1640	1810	150
TOTAL	5300	-	-	-
Año 2020, periodo enero – noviembre				
T. ESTILO	1720	440	900	150
TOTAL	3210	-	-	-
Año 2021, periodo enero - junio				
T. ESTILO	1660	400	650	420
TOTAL	3130	-	-	-
TOTAL, DE LITROS PRODUCIDOS			11640	

Fuente: Cerveza Mestiza (2021)

Elaborado por: Colcha (2021)

En promedio se elabora un hectolitro al mes, lo que representa de una a dos producciones en ese lapso, independientemente del estilo de cerveza elaborado.

3.2.2.1. Producción del estilo Diabla Ale

Tabla 40-3: Cantidad de producción, estilo Diabla Ale

ESTILO DE CERVEZA PRODUCIDA	DIABLA ALE
FECHA	CANTIDAD DE LITROS PRODUCIDOS
TOTAL 2019	1700
TOTAL 2020	1720
TOTAL PARCIAL 2021	1660
TOTAL, PRODUCIDO	5080

Elaborado por: Colcha (2021)

De los 50 clientes encuestados todos adquieren en la compra o adquisición de productos este estilo mientras que 43 de ellos lo prefieren como su favorito denotando así que a nivel de distribuidor es una cerveza con mayor rotación en el mercado, superando por la mitad al estilo Rubia Pale Ale y por un tercio al estilo ecuatoriana Stout.

3.2.2.2. Producción del estilo Ecuatoriana Stout

Tabla 41-3: Cantidad de producción, estilo Ecuatoriana Stout

ESTILO DE CERVEZA PRODUCIDA	ECUATORIANA STOUT
FECHA	CANTIDAD DE LITROS PRODUCIDOS
TOTAL 2019	1640
TOTAL 2020	440
TOTAL PARCIAL 2021	400
TOTAL, PRODUCIDO	2480

Elaborado por: Colcha (2021)

De los 50 establecimientos activos de compra encuestados 46 de ellos adquieren este estilo en cada compra mientras que 26 de ellos la prefieren.

3.2.2.3. Producción del estilo Rubia Pale Ale

Tabla 42-3: Cantidad de producción, estilo Rubia Pale Ale

ESTILO DE CERVEZA PRODUCIDA	RUBIA PALE ALE
FECHA	CANTIDAD DE LITROS PRODUCIDOS
TOTAL 2019	1810
TOTAL 2020	900
TOTAL PARCIAL 2021	650
TOTAL, PRODUCIDO	3360

Elaborado por: Colcha (2021)

De los 50 clientes encuestados 41 de ellos adquieren este estilo en cada compra del producto mientras que en preferencia 13 clientes la consideran su favorita.

3.2.3. *Tipo de envase utilizado en la empresa al año 2021*

Tabla 43-3: Tipos de envases utilizados

TIPO	CARACTERÍSTICAS	CAPACIDAD
ANEXO E: BARRIL CORNELIUS ANEXO E: BARRIL CORNELIUS	Barril de acero inoxidable con acoples independientes para el gas y líquido, herméticamente sellados, con recubrimiento superior e inferior de caucho, para evitar deslizamientos, proporcionar buen agarre y seguridad del barril	11 y 20 litros Presión interna máxima 130 psi o 900 kpa
ANEXO F: BARRIL KEG	Barril de acero inoxidable con un solo acople que proporciona entrada y salida de gas y líquido de forma paralela, pero por un sistema de tuberías independiente que evita el colapso carbónico y sobre explotación líquida. En este tipo de barriles se utilizan acoples o cabezales de tipo A	20 y 50 litros Presión interna máxima 3bar
ANEXO G: DISEÑO DE BOTELLA PERSONAL 330ML	Botella personal de vidrio oscuro ideal para evitar la concentración de rayos v y que afecte al sabor o contenido de esta. Botella de color verde para estilos de pronunciación fuerte en lúpulo. Su nivel de protección de rayos UV es medio, pues no garantiza el completo aguardo del producto interno Cómo sellado posee un tallo de metal tradicional que evita la fuga y conservación del producto interno.	330ml en vidrio de color 300ml en vidrio de color 330ml en vidrio verde
Growler	Recipiente de vidrio transparente y de vidrio oscuro con boquilla enrosca ideal para devolución y retorno del envase. Cuenta con una tapa tipo rosca ideal para poder abrirla y cerrarla al momento deseado.	Un litro en vidrio transparente Dos litros en vidrio oscuro

Elaborado por: Colcha (2021)

3.2.4. Tipo de empaque utilizado en la empresa al año 2021

Tabla 44-3: Tipo de empaques utilizados

TIPO	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD DE CARGA
Caja de cartón	Caja de cartón de 23cm de alto x27cm de ancho x45cm de largo	27 unidades de 330ml 35 unidades de 300ml 18 growler pequeño 12 growler grande
Funda plástica	Funda plástica de color blanco, y rayas celestes, se utiliza en pedidos menores a 12 unidades	Cuatro unidades en fundas blancas Cinco hasta 12 unidades en fundas de rayas celestes.

Elaborado por: Colcha (2021)

3.2.5. Tipo de embalaje utilizado en la empresa al año 2021

Para el embalaje se utiliza cinta adherente de una cara, ya sea transparente o de color café, esta se utiliza solo al momento de sellar cajas de 15 a 27 unidades de 330ml, 20 a 35 unidades de 300ml, lo que implica que estas se movilizaran por el medio de transporte propio de la empresa, su diseño (Ver **ANEXO H: DISEÑO DE EMPAQUE SELLADO**) rectangular lo hace portátil y de fácil manejo al momento de carga, descarga y entrega de producto en los diferentes establecimientos requeridos.

3.2.6. Tipo de inventarios utilizados en la empresa al año 2021

Los inventarios se manejan por registros acorde a la fecha de elaboración, embotellado y embarrilado, se tiene así la siguiente base referencial del manejo de inventarios:

3.2.6.1. Inventarios de materia prima

En el caso de malta y lúpulos se maneja por cantidades utilizadas, marca y observaciones, no se registra la fecha de entrada de nuevos insumos, solo la cantidad de salida.

Tabla 45-3: Ejemplo de inventario de maltas, lúpulos y levaduras

FECHA	NOMBRE	CANTIDAD UTILIZADA	ESTILO DE CERVEZA	OBSERVACIONES
Dia/mes/año	Pilsen	000 kg	Rubia	Cantidad/tiempos/marcas/formulación/etc.
Dia/mes/año	Cascade	000 gr	Diabla	Uno o más producciones

Dia/mes/año	Levadura	000 gr	Stout	Aumenta o disminuye
-------------	----------	--------	-------	---------------------

Elaborado por: Colcha (2021)

3.2.6.2. Inventarios de producto terminado

En botellas se registra de manera tradicional (hoja y papel) acorde a la fecha de embotellado, número de lote, número de unidades y estilo de cerveza, es un registro general independientemente del estilo de cerveza, al momento de despachar pedidos no se registra la fecha de embotellado, solo la fecha de salida, el número de unidades y estilo de cerveza.

Tabla 46-3: Ejemplo de inventario de botellas

FECHA	ESTILO	CANTIDAD EMBOTELLADA	MUESTRAS	CANTIDAD DE SALIDA	CLIENTE DE SALIDA
Dia/mes/año	Rubia, Diabla, Stout			0000 unidades	Nombre Cliente, establecimiento
Dia/mes/año	Rubia, Diabla, Stout	00000 unidades	00 unidades		

Elaborado por: Colcha (2021)

En el caso de barriles se realiza un registro similar a las botellas, la diferencia radica en la codificación de estos, acorde a su capacidad, ya sea de 11 o 20 litros.

Tabla 47-3: Ejemplo de inventario de barriles

FECHA	NUMERO	CAPACIDAD		ESTILO	LOTE	OBSERVACIONES
		11	18			
Dia/mes/año	1 – 34	X		Rubia Pale Ale	Dia*mes	Embarrilado
	1 – 22		X	Diabla Ale	Dia*mes	Embotellado
				Ecuatoriana Stout	Dia*mes	Sale/regresa de:

Elaborado por: Colcha (2021)

3.2.6.3. Inventarios de instrumentos y Maquinaria

Se maneja un documento general detallado de la cantidad de acoples para tanques, abrazaderas, empaques para tanques, llaves de tanques, tapas selladoras del tanque, tapillas complementarias a la tapa del tanque, tapas para barriles, empaques para tapas de barril, torres dispensadoras, grifos para cerveza en taps, pinlocks para barriles, estructuras de torre y cobra.

Desde el año 2019, la adquisición de nuevos instrumentos no se ha visto necesaria ya que el ambiente controlado y tiempos óptimos de producción, demuestran un abastecimiento adecuado con los ya

existentes, la infraestructura de maquinaria (Ver **ANEXO I: SALA DE COCCIÓN**) tiene una capacidad de 400 litros por cocción, el tiempo promedio de elaboración es de seis a ocho horas, por lo que se puede llegar a realizar dos cocciones y media al día, el equivalente a mil litros de cerveza, ya sea de un solo estilo o de varios estilos a la vez.

3.2.6.4. *Inventarios de soluciones y compuestos de limpieza para instrumentos y maquinaria*

Se maneja acorde a tablas de utilización de las diferentes soluciones, por su naturaleza se registra la cantidad utilizada en cada equipo, maquinaria, barril o botellas, poseen una tabla de proporciones para determinar así la cantidad necesaria para el número de instrumentos o maquinaria a limpiar.

Tabla 48-3: Ejemplo de inventario de soluciones y compuestos para limpieza

SOLUCIONES Y COMPUESTOS PARA LIMPIEZA DE INSTRUMENTOS Y MAQUINARIA				
FECHA	COMPUESTO/ SOLUCIÓN	CANTIDAD ML/GR	CANTIDAD DE INSTRUMENTOS /MAQUINARIA	OBSERVACIONES
Día/mes/año	Cloro	0000 ml	000 botellas	Tiempo expuesto
Día/mes/año	Alcohol	0000 ml	000 barriles	Nueva combinación
Día/mes/año	Granulado de limpieza	0000 gr	000 tanques, etc.	Entre otros

Elaborado por: Colcha (2021)

3.2.7. *Modo de distribución de la empresa al año 2021*

En el medio local la distribución se lo realiza mediante la utilización de la camioneta de la empresa, esta se utiliza siempre y cuando el pedido supere una caja de 27 unidades de 330ml o una caja de 30 a 35 unidades de 300ml, para pedidos inferiores a ello, el miembro encargado de ese momento debe acudir por sus propios medios a la entrega del producto, estos no deben sobrepasar las 12 unidades por bolsa plástica

3.2.8. *Costos de venta utilizados por la empresa al año 2021*

El costo de venta puede variar acorde a la cantidad por mayor o menor a adquirir, además que cuentan con una amplia gama de productos suplementarios a la venta.

Tabla 49-3: Costos de venta

ELEMENTO	CARACTERÍSTICA	POR MAYOR		POR MENOR	
		Cantidad	Precio \$	Cantidad	Precio \$
Botella	300ml	20+	40.00	1 - 21	2.25 c/u
	330ml	15+	30.00	1 - 14	2.25 c/u
Barril	11 litros	5 barriles +	30.00 c/u	1 – 4	35.00 c/u
	18 litros	3 barriles +	54.00 c/u	1 – 2	72.00 c/u
Growler	1 litro	5+	35.00	1 - 4	7.00 c/u
	2 litros	5+	70.00	1 - 4	15.00 c/u
Lúpulo	Aroma, amargor	100gr +	0.15 c/gr	10gr – 99gr	0.25 c/gr
Malta	Base	25kg +	2.50 c/kg	1kg – 24kg	2.60 c/kg
	Caramelo	25kg +	3.00 c/kg	1kg – 24kg	2.80 c/kg
Levadura	S-33	100gr +	1.10 c/gr	12gr – 99gr	1.25 c/gr
	Us-04	100gr +	1.15 c/gr	12gr – 99gr	1.30 c/gr

Elaborado por: Colcha (2021)

3.3. Matriz de resultados

Los parámetros más relevantes han sido recopilados a fin de dar a conocer en resumen la situación entre miembros internos activos de la empresa al año 2021 y puntos de distribución activos al año 2021, estos resultados obtenidos con la aplicación de las diferentes técnicas de investigación nos ayudan a comprender de mejor manera la situación al año 2021 de la empresa y sus diferentes indicadores logísticos y de distribución.

Tabla 50-3: Matriz de resultados

RESUMEN DE ENTREVISTA	RESUMEN DE ENCUESTA
La mitad de los miembros de la empresa no llevan más allá de tres meses en las instalaciones, solos dos de ellos se encargan del funcionamiento de la planta y los restantes como consultores o apoyo externo. Recayendo así gran parte de actividades en una sola persona, forzando el trabajo ejecutado en los diferentes departamentos.	Los diferentes puntos de distribución prefieren el estilo Diabla Ale, pues al ser esta de alto grado alcohólico y mayor rotación en el mercado, genera buen flujo de esta bebida.
El envase comúnmente utilizado es el vidrio de color negro, generalmente utilizado en botellas, que son la presentación principal de distribución al consumidor, los tanques de fermentación son los envases primarios compuestos por acero inoxidable y grandes capacidades de almacenamiento, mientras que los barriles pequeños se componen de aluminio y acero inoxidable, aumentando su tiempo de vida útil y conservación del producto.	El precio de venta al público es fluctuante debido a la categorización de establecimientos o grupo de servidores turísticos al que pertenece el establecimiento En dónde se distribuye el producto.
Los medios de distribución local no están bien definidos y cuentan solo con un medio de transporte propio que a su vez está disponible bajo ciertas condiciones de volumen de entrega.	El nivel de rotación del producto debido a su naturaleza artesanal y costo por encima de una cerveza industrial ocasiona un que disminuya el flujo de rotación de este, frenando la adquisición de más producto por parte de los diferentes

puntos de distribución y comercialización en la ciudad de Riobamba.

Los parámetros de la cadena de suministro se ven ligados al conocimiento y tiempo de colaboración de los miembros de la empresa demostrando que aquellos denominados como externos y apoyo conocen muy poco sobre el sistema de gestión logística, mientras que aquellos que se encuentran en constante dinamismo laboral concuerdan en varios de los parámetros mencionados ya sea en abastecimiento inventarios almacenamiento medios de transporte tecnologías de apoyo y atención al cliente.

RESUMEN FICHA DE OBSERVACIÓN

Las instalaciones se encuentran delimitadas por barreras, pero su señalética no se visibiliza para los visitantes o personas externas.

La forma de empaquetado se ajusta al método de envío local o nacional, teniendo cajas adecuadas para el soporte por peso y volumen de productos terminados listos para el consumidor final.

Al desarrollarse de manera empírica los diferentes procesos de la cadena de suministro dificultan una adecuada rendición de cuentas a los miembros de la junta directiva, ocasionando discrepancia y confusión Al momento de verificar ganancias cartera vencida y cuentas por pagar.

El movimiento dentro de la empresa para materias primas, se lo realiza mediante apilamiento en pallets americanos, mientras que para movimiento de maquinaria se lo realiza en pallets europeos, ambos tipos tienen entradas viertas para horquillas y se trasladan con la ayuda de un traspale.

Los niveles de producción efectúan dos en el período junio 2019 y 2021 se han visto frenado por diferentes circunstancias externas a la empresa perdiendo de esa forma puntos de distribución y alcance de posicionamiento de marca.

El talento humano es reducido para la cantidad de actividades que se realizan dentro de la empresa, además de no contar con delimitación de roles, funciones y departamentos o áreas de desarrollo administrativo, operativo y de apoyo.

Elaborado por: Colcha (2021)

3.4. MARCO PROPOSITIVO

TEMA: PLAN DE MEJORAS AL SISTEMA DE GESTION LOGISTICO DENTRO DE LA EMPRESA “CERVEZA ARTESANAL MESTIZA”

3.4.1. *Objetivos*

3.4.1.1. *Objetivo general*

Crear un plan de mejoras al sistema de gestión logística de la empresa “Cerveza Artesanal Mestiza” de la ciudad de Riobamba, año 2021

3.4.1.2. *Objetivos específicos*

- Proponer un plan de mejoras al sistema de gestión logística de la empresa “Cerveza Artesanal Mestiza” de la ciudad de Riobamba, año 2021 en el área administrativa y operativa.
- Determinar costos de implementación del plan de mejoras al sistema de gestión logística de la empresa Cerveza Artesanal Mestiza de la ciudad de Riobamba, año 2021

3.4.2. *Justificación*

El sistema de gestión logística en la empresa Cerveza Artesanal Mestiza, se orienta al óptimo desarrollo de los diferentes procedimientos que incurren en la elaboración y distribución del producto, precautelando la calidad de este y satisfacción del consumidor final, manteniendo procesos sistemáticos y acorde a las necesidades de la empresa.

La propuesta se encamina en mejorar parámetros de la cadena de suministros, complementarios con la gestión de talento humano y costos, transforman el plan de gestión logística de la empresa para que su operación pueda ser ejecutable al costo mínimo y con resultados favorables para los miembros administrativos.

3.4.3. *Descripción*

En la industria cervecera, las de tipo industrial suponen un apoyo popular notorio en el mercado, lo que dificulta la integración de cervezas de tipo artesanal, a más de ser un factor importante las costumbres del consumidor donde se prefiere cantidad sobre calidad, sumado a ello también interviene el volumen de inversión en tecnología lo que puede aumentar su capacidad productiva y posterior monopolización del mercado cervecero.

Al año 2021 y por las condiciones sanitarias dadas por la pandemia COVID-19, las cervecerías artesanales se han visto frenadas, absorbidas o totalmente fuera del mercado, teniendo estas que innovar, invertir y re incursionar en el mercado, en este panorama la empresa Cerveza Artesanal

Mestiza, al tener una capacidad productiva superior al hectolitro mes, se encuentra en condiciones de poder incrementar estrategias de crecimiento, inversión en infraestructura, talento humano y materia prima, siendo el propósito de ser una empresa reconocida

3.4.4. *Contenido de la propuesta*

Bajo las condiciones analizadas en la situación actual de la empresa Cerveza Artesanal Mestiza, es necesario la especificación de funciones y roles que debe cumplir cada miembro acorde al sector que pertenece, en función de ello se puede optar por la creación de tres departamentos: administrativo, de producción y comercial, donde a su vez se vinculan la incorporación de practicantes o pasantes en cada departamento, sirviendo de apoyo a los miembros de planta.

En el departamento productivo se inserta la utilización de inventarios para botellas automatizados y de manejo entendible para los miembros, un control por utilización de barriles acorde a número y capacidad, fichas técnicas para elaboración del producto e inventario de materia prima como malta y lúpulo.

En el departamento comercial a más de incrementar un nuevo miembro es necesario los medios que ayuden a su distribución, por lo que se inserta la posibilidad de adquisición de vehículos motorizados para el medio local o a su vez convenios con empresas delivery de la ciudad de Riobamba, a nivel nacional el método varía entre empresas de encomiendas como Tramaco y el servicio de encomiendas de cooperativas de transporte interprovincial, pues adquirir una flota adecuada incurre en costos elevados que no equiparan con el nivel de distribución nacional.

3.4.5. *Etapa 1: Mejora administrativa*

3.4.5.1. *Mejora al organigrama estructural*

La empresa Cerveza artesanal Mestiza, en función de conocimiento y organización administrativa requiere una organización por departamentos acorde a las funciones que desempeña y acoplándose a las nuevas implementaciones que se han venido considerando en la primera mitad del año 2021, siendo estas la inserción de un miembro para apoyo externo o campo de venta y seguir dando la apertura a practicantes pre profesionales en las tres diferentes áreas acorde al tipo de industria que se desarrolla dentro de la empresa y los conocimientos que estos deberán adquirir al formar parte temporal de la misma.

Bajo estos parámetros el organigrama estructural de la empresa pasa de ser un organigrama transversal a ser un organigrama jerárquico, dividido en tres departamentos, un administrativo y dos operativos, junto con el correspondiente apoyo relacionado con practicantes preprofesionales de las diferentes instituciones educativas de educación superior que cumplan con los parámetros y requerimientos necesarios para su admisión.

Los departamentos se dividen acorde a las capacidades y competencias de cada miembro de la empresa, donde, pese a estar los tres departamentos en el mismo nivel, los departamentos de producción y administrativo están sobre el departamento comercial, pues de ellos se toman las decisiones, controlan las actividades a realizar y monitorean la ejecución de estas.



Ilustración 1-3: Propuesta de Organigrama Estructural para la empresa

Elaborado por: Colcha (2021)

3.4.5.2. Propuesta de creación del organigrama funcional

Cada departamento debe conocer las actividades principales y lineamientos secundarias que deben desempeñar, los organigramas funcionales ayudan a que los miembros acaten los roles a desempeñar y estos se efectúen de forma específica a fin de conseguir en complemento los objetivos planteados por la empresa a corto y largo plazo.



Ilustración 2-3: Organigrama funcional del departamento administrativo.

Elaborado por: Colcha (2021)



Ilustración 3-3: Organigrama funcional del departamento de Producción

Elaborado por: Colcha (2021)



Ilustración 4-3: Organigrama funcional del departamento Comercial

Elaborado por: Colcha (2021)

3.4.5.3. Descripción y evaluación posicional

La persona encargada del departamento de producción debe centrarse en su misión que es entregar un producto de calidad al consumidor final lo que en ello incurre también precautelar la calidad del producto y asegurar una adecuada producción en función de la optimización de recursos y el buen manejo de maquinaria apoyándose así del manual de procesos y operativo de limpieza y producción. Además de ello la persona encargada del departamento de producción también será la persona encargada de vigilar y controlar las actividades a cumplir y desempeñar por los otros departamentos, además de determinar las actividades que deberán cumplir los miembros que se inserten a la empresa como practicantes preprofesionales.

Tabla 51-3: Descripción de mejora al puesto encargado de Producción

1 identificación del puesto	Encargado de Producción		
1.1 Nivel	Operativo		
1.2 Nombre	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX		
2 misión del puesto	Entregar un producto de calidad al consumidor final cumpliendo las características necesarias para la satisfacción del mismo		
3 relaciones internas y externas del puesto			
3.1 relaciones internas	Gerente, miembros administrativos, miembros del departamento de comercialización y practicantes en los diferentes departamentos.		
3.2 relaciones externas	Clientes, distribuidores, proveedores		
4 contenido del puesto			
4.1 elaboración del producto			
4.2. control de procesos y utilización de maquinaria			
4.3 determinar actividades de practicantes y miembros del departamento de comercialización			
4.4 manejo de inventarios de materia prima y producto terminado			
4.5 limpieza y desinfección del establecimiento y la maquinaria			
4.6 limpieza de envases para el producto			
4.7 Control de calidad			
4.8 atención al cliente			
4.9 seguimiento de actividades de evaluación mensual			
4.10 optimización de recursos			
5 especificaciones del puesto			
5.1 educación / instrucción	N/A		
5.2 experiencia	Elaboración de productos de consumo al público, manejo de maquinaria y control de procesos de calidad		
5.3 capacitación	Buenas prácticas de manejo alimentario Control básico de maquinaria industrial		
6 responsabilidades			
6.1 Elaboración y calidad del producto			
6.2 Supervisión de actividades a practicantes preprofesionales			
6.3 Rendición de informes			
6.4 Vigilancia de establecimiento			
6.5 Cartera empresarial			
6.6 Abastecimiento			
6.8 Empaque y distribución			
7 competencias			
	Alto	Medio	Bajo
Liderazgo	X		
Innovación	X		
Logro y acción	X		
Toma de decisiones			
Evaluación	X		
Seguimiento	X		
Emprendimiento		X	
8 condiciones de trabajo			
8.1 nivel de riesgo	Físico, ocupacional		
8.2 nivel de conocimiento	Alto miento en manejo de maquinaria e instalaciones de producción		
9 reporte y supervisión			
9.1 se reporta con:	miembros de la junta directiva gerente y administrador		
9.2 supervisa a:	Practicantes preprofesionales de los tres departamentos y miembros del departamento de comercialización y ventas		

Elaborado por: Colcha (2021)

Para un mejor desempeño y una vez definidos los roles que se deben cumplir en cada área es necesario el aumento de un miembro que cubra al departamento comercial y las actividades consecuentes a ello.

Tabla 52-3: Descripción del puesto de encargado del departamento comercial

1 identificación del puesto	Encargado de comercialización y ventas		
1.1 Nivel	Operativo		
1.2 Nombre	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX		
2 misión del puesto	Insertar el producto final en los diferentes establecimientos de la localidad para el consecuente acaparamiento nacional		
3 relaciones internas y externas del puesto			
3.1 relaciones internas	Departamento de producción y departamento administrativo		
3.2 relaciones externas	Distribuidores y consumidores		
4 contenido del puesto			
4.1 promoción y venta del producto en los diferentes establecimientos de la localidad			
4.2 generar contenido publicitario para redes sociales y tradicionales			
4.3 renovar pedidos de clientes y captación de nuevos pedidos			
4.4 recaudación económica por cancelación de pedidos			
4.5 generar informes del libro diario y cantidad vendida de producto			
4.6 seguimiento y evaluación de clientes			
5 especificaciones del puesto			
5.1 educación / instrucción	N/A		
5.2 experiencia	Servicio al cliente y afines, manejo de redes sociales Creación de contenido publicitario		
5.3 capacitación	Servicio al cliente, contabilidad básica Manejo de inventarios de producto terminado		
6 responsabilidades			
6.1 Generar informes de venta de producto y recaudación de dinero			
6.2 Control adecuado de redes sociales y medios publicitarios tradicionales			
6.3 Asegurar la llegada del producto al consumidor final			
6.4 Registrar la salida de producto acorde al formato de inventario			
6.5 Proporcionar una base de datos actualizada constantemente sobre el estado de los establecimientos que han adquirido o pueden llegar a adquirir el producto			
7 competencias			
	Alto	Medio	Bajo
Liderazgo		X	
Innovación	X		
Logro y acción	X		X
Toma de decisiones			
Evaluación	X		
Seguimiento	X		
Emprendimiento		X	
8 condiciones de trabajo			
8.1 nivel de riesgo	Físico, social y ocupacional		
8.2 nivel de conocimiento	Alto conocimiento en promoción y venta de productos		
8.3 nivel de conducta	Alto, responsable con las actividades a desempeñar y manejo de insumos al alcance		
9 reporte y supervisión			
9.1 se reporta con:	encargado del departamento de producción, administrador y gerente		
9.2 supervisa a:	Practicante del departamento de comercialización		

Elaborado por: Colcha (2021)

3.4.6. *Etapa 2: mejora a la producción*

3.4.6.1. *Identificación de producción*

Al momento de colocar una etiqueta el lote marcado en la misma es la misma fecha de elaboración, pero dado el caso para identificación en registros, puede generar confusión al tener dos producciones de diferente estilo de cerveza realizadas el mismo día, por lo que es necesario utilizar registros de identificación, en este caso se podría utilizar la siguiente codificación, la misma que se tomara en cuenta para registro del lote.

El color de las etiquetas utilizadas se mantiene en el mismo formato ya utilizado donde consta el número de lote, la fecha de embotellado o embotellado, y cantidad de carbonatación imprimida de una o dos veces

Tabla 53-3: Sugerencia de codificación

FECHA	ESTILO DE CERVEZA	CODIFICACIÓN / LOTE	COLOR DE ETIQUETA
Día/mes/año	Diabla Ale	Día/ DA /mes	Rosa/fucsia
Día/mes/año	Rubia Pale Ale	Día/ RPA /mes	Amarilla
Día/mes/año	Ecuatoriana Stout	Día/ ES /mes	Verde
Día/mes/año	Rubia IPA	Día/ RI /mes	Amarilla/blanca
Día/mes/año	Especial de temporada	Día/ ET /mes Adicionar la característica añadida: fruta, esencia, entre otros.	Blanca/naranja

Elaborado por: Colcha (2021)

3.4.6.2. Registro de producciones

Cuando se realiza la elaboración de cualquier estilo de cerveza, es necesario un control sistemático de producciones, tanto para un mejor registro físico y digital de la cantidad de insumos utilizados, en cada estilo de cerveza, la cantidad de litros que se realizan y demás observaciones pertinentes al día de producción, los cuales pueden incurrir como, manejo de tiempo, adición de lúpulos, cantidad de levadura, premura de fermentación, entre otros factores que puedan suscitarse.

En la siguiente ficha de registro se muestra de manera detallada los diferentes tipos de maltas y lúpulos utilizados, levadura acorde al estilo de cerveza, y carragenina, estas fichas ayudan a cuadrar registros de inventarios, junto con las cantidades producidas contra las cantidades vendidas, ya sea en botellas, barriles o muestras de calidad.

Tabla 54-3: Registro de utilización de insumos en producciones

ESTILO DE CERVEZA		LOTE	
FECHA DE ELABORACIÓN		_____ / _____ / _____	
CANTIDAD POR ELABORAR		_____ litros	
MALTA	CANTIDAD (kg)	LÚPULO	CANTIDAD (gr)
Pilsner		Cascade	
Pale Ale		Centenial	
Carafa II		Magnum	
Caramunich I		Perle	
Caramunich II		Tradicion	
Caramunich III		Northem Brewer	
Carahell		Columbus	
Carared			
Caragold			
*otros			
Levadura	Tipo:	Cantidad:	
Carragenina			
OBSERVACIONES			

Elaborado por: Colcha (2021)

3.4.7. Etapa 3: mejora a la cadena de suministros

3.4.7.1. Inventarios

El cuadro de inventarios es un factor importante para determinar el costo beneficio que la empresa tiene en cada producción de cerveza, además de poder determinar, corregir y mitigar posibles fallas en algún proceso previo a la entrega al consumidor final.

En este enfoque es necesario la división de inventarios por estilos de cerveza y por taques de maduración o fermentación, que junto al inventario de barriles se puede coordinar de mejor manera las actividades realizadas en cada proceso.

Para el caso de tanques, estos poseen una codificación numérica, son cuatro tanques en total, un tanque móvil de 350 litros, un tanque estático para maduración de 400 litros y dos tanques estáticos para fermentación de 800 litros de capacidad.

La siguiente matriz se desarrolló en una hoja de cálculo tipo Excel, donde que puede ingresar los datos referentes a la actividad realizada, novedades presentadas y controles de cantidad salientes, así también como cantidad de barriles utilizados a lo largo de la duración del lote producido, al finalizar el contenido del tanque se espera que los registros sean los más apegados a la realidad.

Tabla 55-3: Registro de inventario para tanques maduradores o fermentadores

N#	Estilo de cerveza		Cantidad (litros)	Fecha de fermentación	Fecha de maduración	Lote
_____	_____		_____	<u>Dia/mes/año</u>	<u>Dia/mes/año</u>	<u>DA/RPA/ES/RI/ET</u>
Fecha	Sangrado	Barriles		Total		Observaciones
		11 litros	18 litros	Parcial	Final	
Dia/mes/año				Suma de sangrado más barriles de 11 y 18 litros	Resta del valor inicial menos el parcial	Factores referentes a maniobra y muestras de la cerveza, tiempos, cantidad de sangrados, entre otros.
Dia/mes/año	0000	X		0000	000	
Dia/mes/año	000		Xx			
Dia/mes/año	00	X				
Dia/mes/año	0		Xx			

Elaborado por: Colcha (2021)

Tabla 56-3: Inventario para botellas estilo Diabla Ale

Inventario de producción Diabla											
Datos Iniciales		Lote	Cantidad								
		00000	000000								
DIABLA ALE											
Botellas producidas						Salen por pedido					
Fecha	Lote	Fermentación	muestra	Pasan a Maduración	Total, fermentación del lote	muestras del cuarto frio	Cantidad	Maduración	Fermentación	Sobrantes fermentación	Sobrantes maduración
Dia/mes/año		0		0	0	0	0	0		0	0
Dia/mes/año		0		0	0	0	0	0		0	0
Total, de botellas producidas		0	Total, muestras			Botellas vendidas			Total, fermentación		Total, maduras
Total, para inventario		0	0			0			0		0
#Lt. embotellados		0									

Elaborado por: Colcha (2021)

Tabla 57-3: Inventario para botellas estilo Ecuatoriana Stout

Inventario de producción Ecuatoriana Stout												
Datos Iniciales		Lote	Cantidad									
		000	0000									
Ecuatoriana Stout												
Botellas producidas						Salen por pedido						
Fecha	Lote	Fermentación	muestra	Pasan a Maduración	Total, fermentación	muestras del cuarto frio	Cantidad	Maduración	Fermentación	Sobrantes fermentación	Sobrantes maduración	
Dia/mes/año		0		0	0		0	0		0	0	
Dia/mes/año		0		0	0	0	0	0		0	0	
Total, de botellas producidas		0	Total, muestras				Botellas vendidas				Total, fermentación	Total, maduras
Total, para inventario		0	0				0				0	0
Total, litros embotellados		0										

Elaborado por: Colcha (2021)

Tabla 58-3: Inventario para botellas estilo Rubia Pale Ale

Inventario de producción Rubia Pale Ale											
Datos Iniciales	Lote	Cantidad									
	000	000									
Rubia Pale Ale											
Botellas producidas						Salen por pedido					
Fecha	Lote	Fermentación	muestra	Pasan a Maduración	Total, fermentación	muestras del cuarto frio	Cantidad	Maduración	Fermentación	Sobrantes fermentación	Sobrantes maduración
		0	0	0	0		0	0			0
		0	0	0	0		0	0		0	0
Total, botellas producidas		0					Botellas vendidas			Total, fermentación	Total, maduras
Total, para inventario		0					0			0	0
Litros embotellados		0									

Elaborado por: Colcha (2021)

Las matrices presentadas, están elaboradas de manera sistemática en una hoja de cálculo tipo Excel, lo que ayuda a cuadrar inventarios físicos junto a digitales en los tres diferentes estilos bases de cerveza elaborados en planta, además de brindar datos referentes a cantidad en maduración y fermentación acorde a fechas de embotellado, así también muestra la cantidad de unidades vendidas, y aquellas que son tomadas como muestras, regalías o souvenir empresarial.

3.4.7.2. *Empaque y embalaje*

Para garantizar la seguridad de entrega del producto es necesario la utilización de empaques seguros para este, por indicadores de portabilidad y fácil ensamble, en la siguiente tabla se menciona los diferentes tipos de empaques y embalajes necesarios para cada uno, esto con relación a seis unidades, 27 y 35 correspondiente a envases tipo botella de 330ml y 300ml de capacidad respectivamente.

Tabla 59-3: Características del empaque y embalaje

CAPACIDAD	TIPO DE EMPAQUE	TIPO DE EMBALAJE	ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS	OBSERVACIONES
Seis unidades 330ml o 300ml	Ilustración 5-3: Diseño de empaque tipo “caja de pastel”	No es necesario	No es necesario	Son más portátiles y de fácil ensamble, costo de producción demasiado alto.
	Ilustración 6-3: Cartón caja soporte superior			Presentación innovadora, diseño llamativo, fácil ensamble, poca estabilidad del producto, alto riesgo de rotura del envase
	Ilustración 7-3: Cartón caja soporte inferior			Diseño tradicional en el mercado, fácil manejo, ensamble parcialmente difícil, gran portabilidad.
	Polietileno Termo encogible	Fundas de soporte		Diseño tradicional en el mercado, no requiere ensamble extra, agarre y comodidad de movimiento medio, visualmente llamativo
27 unidades de 330ml 30 a 35 unidades de 300ml	Empaque tradicional, caja 23x37x45cm	Papel film para embalaje	Fleje PET	Asegura la estabilidad de los bloques, máximo tres, mínimo dos cajas completas, mejor portabilidad, garantía de entrega.

Elaborado por: Colcha (2021)

Cartón caja de pastel

SIXPACK



DIMENSIONES ALA DE AGARRE

rectángulo principal
20cm de ancho x 25 cm de alto
pestaña de pre agarre
20cm inferior x 7cm superior x 45°
pestaña de agarre
7cm largo x 5cm alto
rendija de agarre
5.5cm largo x 3.3cm alto

DIMENSIONES ALA DE AJUSTE

rectángulo principal
13cm de ancho x 25 cm de alto
pestaña de ajuste
13cm inferior x 2cm superior x
17cm largo x 75°
rendija de ajuste
8cm largo a 6cm de la base x
0.5cm ancho

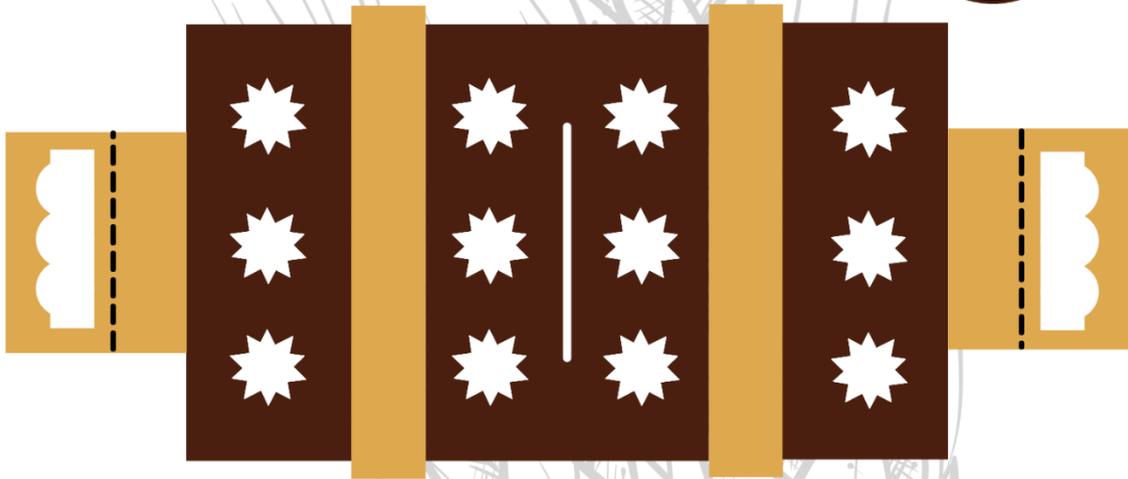


**Presentación
externa**

Ilustración 5-3: Diseño de empaque tipo “caja de pastel”

Cartón caja soporte superior

SIXPACK



DIMENSIONES ALA DE AJUSTE

Rectángulos principales (café oscuro)
6.5cm ancho x 20 cm largo
Rectángulos secundarios (café claro)
8cm ancho x 15cm largo a 4.5cm del extremo
Rendija de agarre
3cm ancho a 4cm de la base x 8cm de largo a
3.5cm del extremo

DIMENSIONES TAPA

Rectángulo principal (café oscuro)
20cm largo x 13cm ancho
Rectángulos secundarios (café claro)
22cm largo x 3cm ancho
Rendija de ajuste
16cm largo x 0.5cm ancho a 2cm del extremo
Círculo con puntas externas
2.5cm diámetro

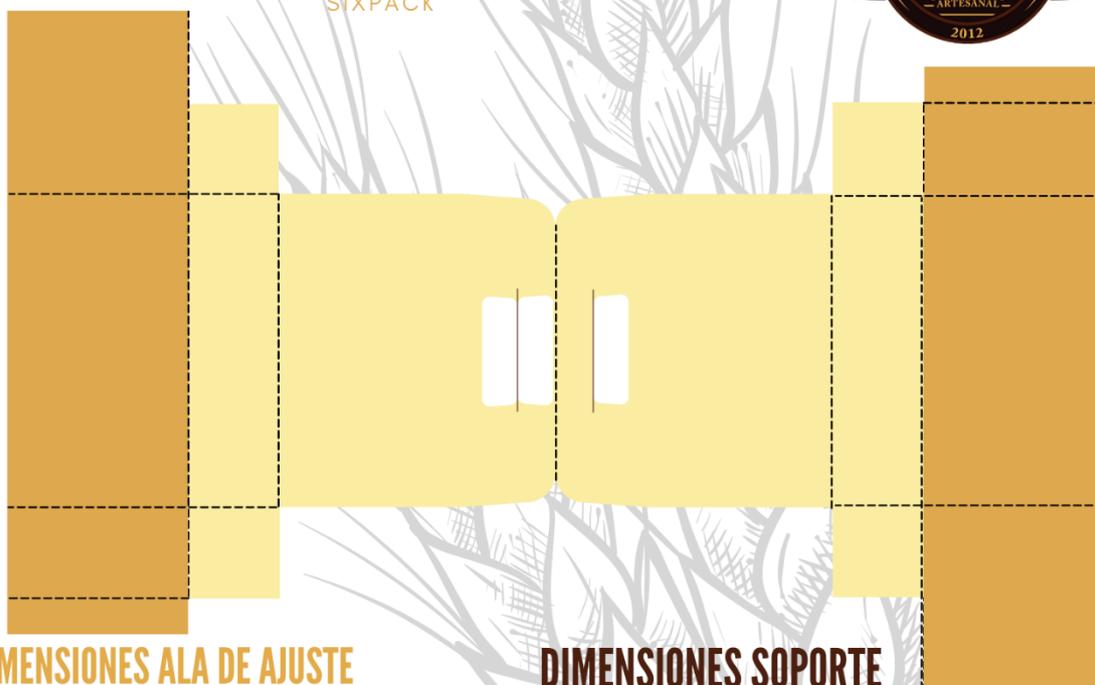


**Presentación
externa**

Ilustración 6-3: Cartón caja soporte superior

Cartón caja soporte inferior

SIXPACK



DIMENSIONES ALA DE AJUSTE

Rectángulos café oscuro
Rectángulo principal
20cm largo x 11cm ancho
Ala superior izquierda // Ala inferior derecha
14cm largo x 11cm ancho
Ala inferior izquierda // Ala superior derecha
7cm de largo x 11 cm de ancho
Pliegue de unión
2cm ancho x 11cm largo

DIMENSIONES SOPORTE

Rectángulos crema
Rectángulo pequeño
7cm ancho x 20cm largo
Rectángulo grande
18cm ancho x 20cm largo
Rendija de agarre
8cm largo x 3cm ancho



Presentación
externa

Ilustración 7-3: Cartón caja soporte inferior

3.4.8. *Etapa 4: Mejora a la distribución*

3.4.8.1. *Distribución local*

Para la distribución dentro de la ciudad de Riobamba, existen dos alternativas que se podrían implementar en la empresa, en las diferentes alternativas se aplica la estrategia de venta “envío gratis” donde el cliente adquiere el producto sin cancelar un extra por el envío, pues este valor se compensa en el precio del producto que el cliente está cancelando.

3.4.8.2. *Distribución nacional*

Para la distribución nacional existen tres alternativas seguras de traslado y de forma rápida del producto, en este tipo de distribución la empresa se limita a la venta exclusiva de botellas de 300ml y 330ml, debido esto a la portabilidad y fácil manejo en bultos (ver **ANEXO J: EMPAQUE Y EMBALAJE ADECUADO**), el cargo por costo de envío lo realiza el comprador al momento de cancelar por el producto adquirido.

3.4.9. *Etapa 5: determinación de costos*

3.4.9.1. *Costos de empaques y embalajes*

Al determinar cuatro opciones de empaques y una opción de embalaje adecuados para el tipo de producto a distribuir, se han determinado los costos necesarios para la adquisición de las diferentes alternativas presentadas.

Los valores presentados muestran cantidades mínimas de adquisición acorde a las diferentes industrias especializadas en las diferentes opciones mencionadas, el volumen de adquisición estará ligado con las decisiones de los miembros administrativos.

Tabla 60-3: Costo de empaque y embalaje

TIPO DE EMPAQUE/EMBALAJE	COSTO DE PRODUCCIÓN	
	CANTIDAD	COSTO
Cartón caja estilo pastel	50 unidades	\$16.90
	100 unidades	\$31.30 (Grafic, 2021)
Cartón con soporte superior	50 unidades	\$ 12.80
	100 unidades	\$ 25.00 (Grafic, 2021)
Cartón con soporte inferior	De uno a 24	\$0.75 c/u
	De 25 a 99	\$0.50 c/u
	Más de 100	\$0.40 c/u
	Más de 500	\$0.35 c/u (Creativeprint, 2021)
Polietileno Termo encogible	Pedido mínimo de 4000 unidades	\$ 0.11 c/u (Ecuapack, 2021)
Papel Film para embalaje	Rollo de 30cm de alto x 10m	\$7.80 c/u (cartones, 2021)
Fleje PET	Cinta de 1/2", 3/8" y 5/8"	\$3.00 c/u
	Es necesario una sunchadora para fleje	\$60.00 (Plástico, 2021)

Elaborado por: Colcha (2021)

3.4.9.2. Costos de distribución local

Tabla 61-3: Alternativa 1, distribución local

ALTERNATIVA 1		SCOOTER ELÉCTRICO (ECKOHOGAR, 2021)		
Descripción	Scooter EVOX-GE-BL Motor de 48v350wats sin escobillas con seis tubos Tiempo de carga mínimo de cuatro horas y máximo de ocho horas Velocidad máxima de 25 a 30 km/h Capacidad de carga máxima de 150kg Batería de plomo 4v12a Distancia máxima de recorrido de 35 a 45 km			
Tipo de servicio	Propiedad de la empresa			
Costo de adquisición	\$ 380.45 incluido el IVA			
Ventajas	No se necesita ningún documento legal para el manejo de este tipo de vehículo eléctrico. Cero emisiones de gases contaminantes Facilidad de realizar varios recorridos según el criterio del personal administrativo.			
Desventajas	Capacidad de carga reducida por el peso Riesgo de accidentabilidad y robo			
Producto	Cantidad mínima	Cantidad máxima	Costo del producto (sin recargo de entrega)	
			Cantidad mínima	Cantidad máxima
Botellas 330ml	6	40	2.25	2.10
Botellas 300ml	6	45	2.25	2.10
Growler 1lt	2	6	8.00	7.75
Growler 2lt	2	5	16.00	15.75
Malta	2kg	25kg	3.00	2.75
Insumos varios	No hay mínimo	25kg	Acorde al insumo	Acorde al insumo

Elaborado por: Colcha (2021)

Tabla 62-3: Alternativa 2, distribución local

Alternativa 2		“Llamafood” aplicación				
Descripción	La aplicación disponible en app store, brinda la posibilidad de subir varios productos a su tienda virtual, siendo de fácil acceso a los clientes.					
Tipo de servicio	Prestado					
Costo de adquisición	Sin costo inicial ni de suscripción					
Ventajas	<p>Manejo empírico de los clientes</p> <p>Facilidad de ubicación gracias al gps</p> <p>Precios ajustables acorde al producto</p> <p>Aplicación conocida dentro de la ciudad</p> <p>El costo de envío es por distancia y no por cantidad</p>					
Desventajas	<p>Necesita conexión a internet</p> <p>No todos los clientes cuentan con la aplicación</p> <p>Se cancela un costo de envío por encomienda a la persona que la realiza.</p> <p>El costo por encomienda va acorde a la distancia de entrega.</p>					
Producto	Cantidad mínima	Cantidad Máxima	Costo del producto	Costo por entrega		
				1km	2-4km	5-8km
Botellas 330ml	6	40	2.30	1.25	2.00	2.50
Botellas 300ml	6	45	2.30	1.25	2.00	2.50
Growler 1lt	2	6	8.50	1.25	2.00	2.50
Growler 2lt	2	5	17.00	1.25	2.00	2.50
Malta	2kg	25kg	3.00	1.25	2.25	2.75
Insumos varios	No hay mínimo	25kg	1.25	2.00	2.50

Elaborado por: Colcha (2021)

3.4.9.3. *Costos de distribución nacional*

Tabla 63-3: Alternativa 1, distribución nacional

Alternativa 1	TRAMACO Express		
Características del envío			
Forma, método	Cajas selladas por unidad, o bultos empacados mínimo dos, máximos tres		
Costo	Por peso de la carga 2kg tiene un costo de \$4.00		
Cantidad mínima	Caja de 27 unidades de 330ml Caja de 35 unidades de 300ml		
Cantidad máxima	Bultos de 3 cajas embaladas adecuadamente		
Ciudades de cobertura (Tramaco, 2021)	Quito Duran Guayaquil Ambato Bahía de Caráquez Cayambe Chone Coca Quevedo Sucua Galápagos	Babahoyo Cuenca Ibarra Tulcán Puyo Riobamba Puerto Villamil El Tena Guaranda Macas Machala	Atuntaqui Santo domingo Milagro Alausí Atacames Azogues Zamora Salcedo Piñas Pedernales

Elaborado por: Colcha (2021)

Tabla 64-3: Alternativa 2, distribución nacional

Alternativa 2	Servicio de encomiendas de la cooperativa de Transporte Interprovincial “Chimborazo” y “San Pedrito”		
Forma, método	Cajas selladas por unidad, o bultos empacados mínimo dos, máximos tres		
Cantidad mínima	Caja de 27 unidades de 330ml Caja de 35 unidades de 300ml		
Cantidad máxima	Bultos de 3 cajas embaladas adecuadamente		
Ciudades de cobertura	Riobamba Guaranda Chillanes Echeandía	Quito centro Guayaquil San Luis Ventanas	Quito Quitumbe
Costo	Nivel nacional, precio por bulto	pequeño \$3.50	grande \$4.50
	A quito, por peso en kg	Terminal Quitumbe	Terminal Centro
	1-5	\$2.50	\$3.50
	6-10	\$3.00	\$4.00
	11-15	\$3.500	\$4.50
	16-20	\$4.00	\$5.50
	21-30	\$5.00	\$6.50
	31-40	\$5.50	\$7.00
	41-50	\$6.00	\$8.00
	51-60	\$8.00	\$9.50
	61-70	\$9.00	\$10.50
	71-80	\$10.00	\$11.50

Elaborado por: Colcha (2021)

Tabla 65-3: Alternativa 3, distribución nacional

Alternativa 3	Servicio de encomiendas de la cooperativa de Transporte “Panamericana”		
Forma, método	Cajas selladas por unidad, o bultos empacados mínimo dos, máximos tres		
Cantidad mínima	Caja de 27 unidades de 330ml Caja de 35 unidades de 300ml		
Cantidad máxima	Bultos de 3 cajas embaladas adecuadamente		
Ciudades de cobertura	Riobamba Arenillas Ambato Atacames Babahoyo Esmeraldas El guabo Sangolquí	Guayaquil Huaquillas Ibarra Machala Manta Milagro Naranjal Santa rosa	Quito Otavalo Portoviejo Pasaje Quevedo santo domingo Tulcán
Costo	por peso de bulto	hasta 2kg máximo 5kg	\$3.00 \$6.00

Elaborado por: Colcha (2021)

3.4.10. Etapa 6: evaluación de parámetros

Se sometieron a un desglose de parámetros y factores que intervienen en los tres niveles organizacionales de la empresa, para una evaluación a escala en nivel de satisfacción con la ejecución de estos.

Tabla 66-3: Evaluación de parámetros

Nivel	Parámetros	Factores	Nivel de satisfacción 1 – 5					Promedio	Observaciones
			Nada satisfecho	Poco satisfecho	Neutral	Muy satisfecho	Totalmente satisfecho		
Administrativo	Estructural	Administrativa				X		4	Se definieron los departamentos principales
		Operativa					X		
		Apoyo			X				
	Funcional	Departamentos					X	4	
		Actividades				X			
	Posicional	Roles				X		4	
Actividades						X			
Habilidades					X				
Operativo	Inventario	Materia prima				X		4	se designaron inventarios automatizados a detalle en cada producto
		Producto terminado				X			
		Productos de limpieza				X			
	Abastecimiento	Costo de compra				X		3.5	Adquisición de materia prima para producción interna y venta externa de insumos
		Tiempo de entrega			X				
		Cantidad de compra				X			
		Cantidad de proveedores			X				
	Almacenamiento	Costo de inventario					X	5	Se distribuyen acorde a los diferentes espacios físicos dispuestos por la empresa, y su mejor adaptabilidad.
Alcance de inventario						X			
Productividad del almacén					X				
Producto distribuido						X			

		Capacidad de almacén				X				
Operativo	Producción	Manual de operaciones				X		4.43	Abarca aspectos desde el rotulo de lote hasta la forma de empaque para seis unidades y la forma de como embalar adecuadamente un bulto de cajas de 17 o 15 unidades.	
		Rotulación			X					
		Cantidad producida					X			
		Costo de producción					X			
		Empaque alternativa 1				X				
		Empaque alternativa 2					X			
		Empaque alternativa 3					X			
		Embalaje seguro					X			
	Medio de transporte y distribución	Distribución local 1			X			4	La distribución nacional se ve condicionada por el número de compradores en otras provincias, mientras que la local se retrasa por el limitado número de vehículos propios.	
		Distribución local 2				X				
		Distribución nacional 1			x					
		Distribución nacional 2					X			
		Distribución nacional 3					X			
	Apoyo	Servicio al cliente	Tiempos de entrega				X	3.8	Refiere la preferencia del cliente, nivel de rotación y costo de venta al público, comentarios y sugerencias hacia la empresa.	
Unidades vendidas							X			
Unidades devueltas					X					
Satisfacción del cliente						X				
Nivel de respuesta						X				
Sugerencias del cliente					X					
Apoyo		Personal capacitado					X	3.67	Tics utilizados en bajas cantidades en la empresa.	
		Procesos que usan TICs			X					
		Inversión en TICs			X					

Elaborado por: Colcha (2021)

CONCLUSIONES

1. La empresa Cerveza Artesanal Mestiza desde el año 2012 ha desarrollado su sistema de gestión logística de forma empírica, por lo que, al momento de contabilizar inventarios para botellas, barriles, materia prima e insumos, puntos de distribución, cantidad de producción y ventas no se sometían a un registro claro al momento de rendir cuentas a los miembros de la junta directiva, lo que generaba confusiones en cuanto a rendimientos y ganancias de la empresa, además que en su gestión administrativa presenta falencias en organigramas y talento humano acorde a las responsabilidades adquiridas lo que genera roces entre funciones y áreas dispuestas por los directivos.
2. La mejora al sistema de gestión logística abarca ámbitos referentes a la organización empresarial, producción, inventarios, almacenamiento, empaque, embalaje y distribución, que, conforme a la cantidad demandada, aumenta o disminuye al igual que con parámetros externos como situación política y nivel socioeconómico de los consumidores. Los métodos de envase y empaque son adecuados para el medio local, estos garantizan seguridad y durabilidad del producto adquirido por el cliente, la distribución se lo realiza de manera inequitativa ya que al contar con un solo vehículo propio estos pueden llegar a acumularse en un solo día haciendo más difícil el recorrido y tardando en ser entregados a los distribuidores, a nivel nacional el cliente debe cancelar la totalidad del envío adjunto al costo del producto adquirido lo que puede llegar a retraer el proceso de compra en otras localidades del país, su embalaje no proporciona seguridad de traslado y entrega.
3. No existe un empaque minorista, así como un embalaje adecuado para envíos mayoristas lo que puede llegar a generar inconformidades en los clientes o métodos de envíos utilizados, además de no brindar garantías de seguridad en el traslado ya sea local o nacional, haciendo así dificultosa la modalidad de envío mediante encomienda local o nacional.

RECOMENDACIONES

1. La delimitación de áreas, roles y actividades dentro de la organización empresarial es recomendable aplicarla, pues ayuda a un mejor desenvolvimiento de funciones de los colaboradores y evita la sobrecarga de responsabilidades a los colaboradores de otras áreas, fuera de su especialización. En áreas específicas de la organización se recomienda la inserción de colaboradores con habilidades específicas al área de requerimiento, pues de esa forma se pueden llegar a complementar las funciones dentro de los diferentes departamentos haciendo que la empresa pueda llegar a tener más alcance a nivel local y por ende puede expandirse con mayor potencia al mercado nacional.
2. Se recomienda el uso y aplicación de los inventarios sugeridos en botellas, barriles y materia prima, a fin de poder determinar en caso de devolución de producto con exactitud el lote, la fecha y procedimiento que se efectúa en ese envase, también se podrá determinar con exactitud número de unidades vendidas y devueltas para una mejor rendición de cuentas a la junta directiva de la empresa. Dentro del empaque y embalaje, es recomendable la utilización de uno o varios de los sistemas propuestos, ya que de esa forma se garantiza la entrega segura en diferentes presentaciones, lo que genera confianza y estilización del producto al momento de ser recibido por el consumidor final.
3. El adquirir empaques minoristas y métodos de seguridad para embalaje mayoristas es recomendable para la empresa que adquiera una o varias de las alternativas propuestas, de esa forma no solo se estiliza el producto adquirido por el cliente si no que brinda seguridad de traslado y garantiza la estabilidad del producto interno. Para una distribución local adecuada es recomendable la realización de convenios entre entidades de distribución al minorista que ayuden una pronta entrega y satisfacción al cliente mientras que para distribución nacional es recomendable realizar mediante encomiendas en cooperativas de transporte interprovincial, siendo esta la alternativa más económica para la empresa y el cliente.

BIBLIOGRAFÍA

- Almeida, L. (2020). *Repositorio Universidad Laica Vicente Rocafuerte*. Obtenido de Análisis financiero de las 5 principales empresas de la ciudad de Guayaquil (2015-2018): <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/3931/1/T-ULVR-3295.pdf>
- BeerHouse. (2021). *Samuel Adams*. Obtenido de <https://www.beerhouse.mx/colecciones/samuel-adams/>
- Cantos, D. (Noviembre de 2014). *Repositorio Universidad San Francisco de Quito*. Obtenido de Logística Inadecuada: propuesta de mejora para la distribución de productos a bodegas provinciales, en el área de Transporte Logístico de Cervecería Nacional Planta Cumbayá: <https://repositorio.usfq.edu.ec/bitstream/23000/3555/1/112140.pdf>
- Carreño Solís, A. (2017). *Cadena de suministro y Logística*. Lima: Fondo Editorial.
- cartones, F. d. (2021). *Relleno y Protección*. Obtenido de <https://fabricadecartones.com/product-category/relleno-proteccion/>
- Cero, C. A. (2014). *Linked in*. Obtenido de Nosotros, Cervecería Artesanal Latitud Cero: <https://ec.linkedin.com/company/cervecer%C3%ADa-latitud-cero>
- Cervecistas. (s.f.). *Cervecistas*. Obtenido de Historia de la cerveza: <https://www.loscervecistas.es/historia-de-la-cerveza/>
- Creativeprint. (2021). *Etiquetas & Empaques*. Obtenido de <https://creativeprint.com.ec/servicios/etiquetas-y-empaques/>
- Dominguez, J. (Abril de 2017). Obtenido de Las cervezas artesanales, un negocio que pide más participación: <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/las-cervezas-artesanales-en-colombia-513904>
- Eckohogar. (2021). *Scooter Eléctrico*. Obtenido de <https://www.eckohogar.com/scooter-electrico-evox-golden-eagle-color-negro/p>
- Ecuapack. (2021). *Empaques Flexibles* . Obtenido de <https://www.ecuapack.com/empaques-flexibles>
- ElComercio. (3 de Mayo de 2019). *El Comercio* . Obtenido de Heineken compró Biela Ecuador e invertirá USD 100 millones: <https://www.elcomercio.com/actualidad/negocios/heineken-compra-biela-ecuador-inversion.html>
- GADMR. (2018). *Dirección de Gestión de Turismo*. Obtenido de Catastro turístico : <https://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/alcaldia/132-direccion-de-turismo>
- Gaona Gurumendi, J. (25 de Junio de 2019). *Repositorio Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología sede Guayaquil*. Obtenido de Propuesta de Mejoras al Plan de distribución de productos de la cervecería Nacional: <http://repositorio.itb.edu.ec/handle/123456789/1023>
- Grafic, M. (2021). *Productos emprendedores* . Obtenido de <https://mundografic.com/>

- Guevara Daga, J., & Quiroz Huamani, R. (2014). *Repositorio de Tesis UPAO*. Obtenido de Aplicación del sistema de control interno para mejorar la eficiencia del área de logística en la empresa constructora Rial Construcciones y Servicios SAC 2014:
<https://hdl.handle.net/20.500.12759/342>
- Independientes, A. d. (2021). *Samuel Adams* . Obtenido de <https://www.samueladams.com/>
- INEC. (2010). *Ecuador en cifras*. Obtenido de Fascículo canton Riobamba:
https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/Chimborazo/Fasciculo_Riobamba.pdf
- INEC. (2010). *Ecuador en Cifras*. Obtenido de FASCÍCULO PROVINCIAL CHIMBORAZO:
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/chimborazo.pdf>
- Jiménez Sánchez, J., & Hernández García , S. (2002). *Instituto Mexicano del Transporte*. Obtenido de Marco conceptual de la cadena de suministro: un nuevo enfoque logístico:
<https://imt.mx/archivos/publicaciones/publicaciontecnica/pt215.pdf>
- King, G. (2021). *Greene King Bury St Edmunds*. Obtenido de <https://www.greeneking.co.uk/>
- Limberger, S., & Tulla, A. (2015). *International Conference on Regional Science*. Obtenido de ESTRATEGIAS Y VENTAJAS COMPETITIVAS DE LA INDUSTRIA CERVECERA:
<https://old.reunionesdeestudiosregionales.org/Reus2015/htdocs/pdf/p1316.pdf>
- Marin Alcaraz , J. (Abril de 2018). *Repositorio Institucional UAEM*. Obtenido de Servicio de distribución de producto terminado para clientes Premium, Grupo Modelo:
<http://hdl.handle.net/20.500.11799/94295>
- Modelo, G. (2021). *Grupo Modelo*. Obtenido de Nuestra Historia :
<https://portal.grupomodelo.com/es/nuestra-historia>
- Mora Catellanos , C. (s.f.). *Biblioteca Digital*. Obtenido de Análisis del sistema de abastecimiento en las PYMES del sector hotelero en Hermosillo, Sonora:
<http://www.bidi.uson.mx/TesisIndice.aspx?tesis=22513>
- Mora Garcia , L. (2016). *GESTION LOGISTICA INTEGRAL: Las mejores practicas en la cadena de suministro*. Bogotá: ECOE Ediciones Ltda.
- Muñuzuri, J., Cortés, P., Ibañez Rivas, J., & Delgado Román, M. (7 de Septiembre de 2006). *Research Gate*. Obtenido de Sistemas de Gestión Logística: Modelo de Gestión y Proceso de Auditoría:
https://www.researchgate.net/publication/229031866_Sistemas_de_Gestion_Logistica_Modelo_de_Gestion_y_Proceso_de_Auditoria
- Nacional, C. (2018). *CN*. Obtenido de Historial CN: <https://www.cervecerianacional.ec/historia-cerveceria-nacional>
- Naranjo, J. (s.f.). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de INCIDENCIA EN LOS COSTOS DE TRANSPORTE LOGÍSTICO GENERADOS POR EL TIEMPO DE

ATENCIÓN DE LAS UNIDADES LOGÍSTICAS DE UNA EMPRESA CERVECERA 2010
- 2015: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/14056/1/TESIS%20-Jos%C3%A9%20Naranjo.pdf>

Nevada, S. (2021). *Sierra Nevada Brewing Co.* Obtenido de <https://sierranevada.com/>

Pacheco Reyes, W. (20 de Agosto de 2015). *Repositorio Universidad de Guayaquil*. Obtenido de
Mejoramiento de la productividad en el área de logística de la Compañía Cervecería Ambev
Ecuador.: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/16775>

Paredes, R. (6 de Enero de 2019). *Qué; Noticias*. Obtenido de El 2019 será el año de las artesanales:
<https://quenoticias.com/noticias/el-2019-sera-el-ano-de-las-artesanales/>

Plástico, F. d. (2021). *Cosmos*. Obtenido de Tipos de Flejes de Plástico: <https://flejesdeplastico.com/>

Rico, A., Mendoza, A., & Rivera, C. (2000). *Instituto Mexicano del Transporte*. Obtenido de Un
análisis del transporte en la industria cervecera mexicana:

<https://www.imt.mx/archivos/Publicaciones/PublicacionTecnica/pt143.pdf>

Solís, A. J. (2018). *Cadena de suministro y logística*. Perú : Fondo Editorial .

Tramaco, G. (2021). *Directorio, cobertura, puntos de atención*. Obtenido de
<https://www.tramaco.com.ec/puntos-de-atencion/>

Villegas Vega, K., & González Marcillo, D. E. (2018). *Repositorio Universidad de Guayaquil*.
Obtenido de Propuesta de mejoramiento para la Gestión de Operaciones y Logística en la
Empresa Balpisa Ecuador de la ciudad de Guayaquil:
<http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/28297>

Vinnymoy. (2 de Agosto de 2019). *Homocervecerus*. Obtenido de Fray Jodoco Ricke y la primera
cerveza de Sudamérica: <https://homocervecerus.com/2019/08/02/fray-jodoco-ricke-y-la-primera-cerveza-de-sudamerica/>

Wikipedia. (12 de Noviembre de 2020). *Sierra Nevada Brewing Company*. Obtenido de
https://es.wikipedia.org/wiki/Sierra_Nevada_Brewing_Company



DIRECCION DE BIBLIOTECAS
Y RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE
Y LA INVESTIGACION
 Ing. Jonathan Parreño Uquillas MBA
ANALISTA DE BIBLIOTECA 1

ANEXOS

ANEXO A: ENTREVISTA DE INVESTIGACIÓN A MIEMBROS DE LA EMPRESA

	ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO		
	FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS		
	CARRERA EN GESTIÓN DE TRANSPORTES		
Instrumento recolector de información dirigido a colaboradores internos, miembros externos, de apoyo y consultoría, en el mes de junio al año 2021, para el desarrollo de la investigación "PLAN DE MEJORAS AL SISTEMA DE SISTEMA DE GESTION LOGISTICA DENTRO DE LA EMPRESA CERVEZA ARTESANAL MESTIZA"			
EJECUTOR: KATHERIN COLCHA			
IDENTIFICACIÓN DEL ENTREVISTADO			
1 Nombre y apellido	2 Rol que desempeña en la empresa		3 Actividades que realiza
_____	_____		_____
4 Tiempo como colaborador en la empresa		1 a 3 meses	4 meses a 1 año
De 7 años a +10 años		1 a 3 años	3 a 7 años
5 Instrucción	Primaria	Tercer nivel o superior	_____
	Secundaria	Cuarto nivel	_____
CONOCIMIENTO LOGISTICO			
6 Conoce el correcto manejo de inventario y control de:	Materia prima	7 ¿qué tipo de productos distribuye la empresa?	Productos terminados
	Producto terminado		Productos semielaborados
	Productos para limpieza y mantenimiento de maquinaria e instrumentos		Insumos
		Otros	_____
8 ¿Qué tipos de envases se utilizan para el producto elaborado?		9 ¿Con que tipo de empaques se distribuye el producto?	
Vidrio Transparente	Vidrio de color	Plástico	Metal
Plástico rígido	Plástico flexible	Papel	Bolsas plásticas
Aluminio	Madera	Cartón	
Acero	Cartón	Vidrio	
10 ¿Con que tipo de embalaje se transporta el producto terminado?	Film	Cartón	11 ¿ocupan materiales suplementarios en la distribución del producto?
	Sacos de papel	Cajas de madera	
	Caja de plástico	Caja envolvente	SI
	Separadores	Cinta adherente	NO
	Bandeja	Fleje	Cuales: _____
12 ¿Qué medio de transporte se utiliza para hacer	Bicicleta	Motocicleta	Propio
	Vehículo pequeño	Trici moto	Alquilado

la entrega de productos en el medio local?		Camioneta		Furgón de carga	13 El medio de transporte utilizado es:	concesionario
		Transporte Público Urbano			Vehículo pequeño	
15 ¿se aplica logística inversa en la empresa?	SI				Furgón de carga	
	NO				Camioneta	
16 Cuál es el procedimiento en caso de devolución de producto	Verificación de saldo pendiente			14 ¿Qué medio de transporte se utiliza para la distribución nacional?	T. P. Interprovincial	
	Verificación del producto				Camión	
	Retiro del producto				Tractocamión	
	Verificación de inventarios				Servicio de encomiendas	
	Reingreso a bodega					
	Actualización de inventario					
	Ingreso a stock disponible					
17 Parámetros por evaluar en el Abastecimiento	Costo de compra			18 Parámetros por evaluar en el Almacenamiento	Inventario	
	Tiempo de entrega del proveedor				Costo de inventario	
	Cantidad de compras				Alcance del inventario	
	Cantidad de proveedores certificados				Costo de almacén	
	Uso de maquinaria				Productividad del almacén	
	Mantenimiento de maquinaria				Cantidad de producto distribuido	
19 Parámetros por evaluar en la producción	Manual de operaciones			20 Parámetros por evaluar en la distribución y transporte	Intervalos de salida	
	Manual de procesos				Costo del transporte	
	Eficiencia de producción				Costo de mantenimiento	
	Costo de producción				Unidades disponibles	
	Productos elaborados				Unidades en mantenimiento	
	Nivel de producción				Rutas de distribución	
	Cantidad producida					
21 Parámetros por evaluar en atención al cliente				22 Parámetros por evaluar en el apoyo	Personal que interfiere	
					Personal acorde a competencias y habilidades	
					Procesos que ocupen TICs	
					Inversión en TICs	
Límite de tiempo de entrega		Disponibilidad del producto			Nivel de respuesta al cliente	
Unidades devueltas		Unidades vendidas			Sugerencias del cliente	
PERSEPCION HACIA EL PRODUCTO						
¿Cómo considera el proceso logístico dentro de la empresa?	No es importante	Poco importante	Neutral	Importante	Muy importante	

ANEXO B: ENCUESTA DIRIGIDA A PUNTOS ACTIVOS DE DISTRIBUCIÓN 2021

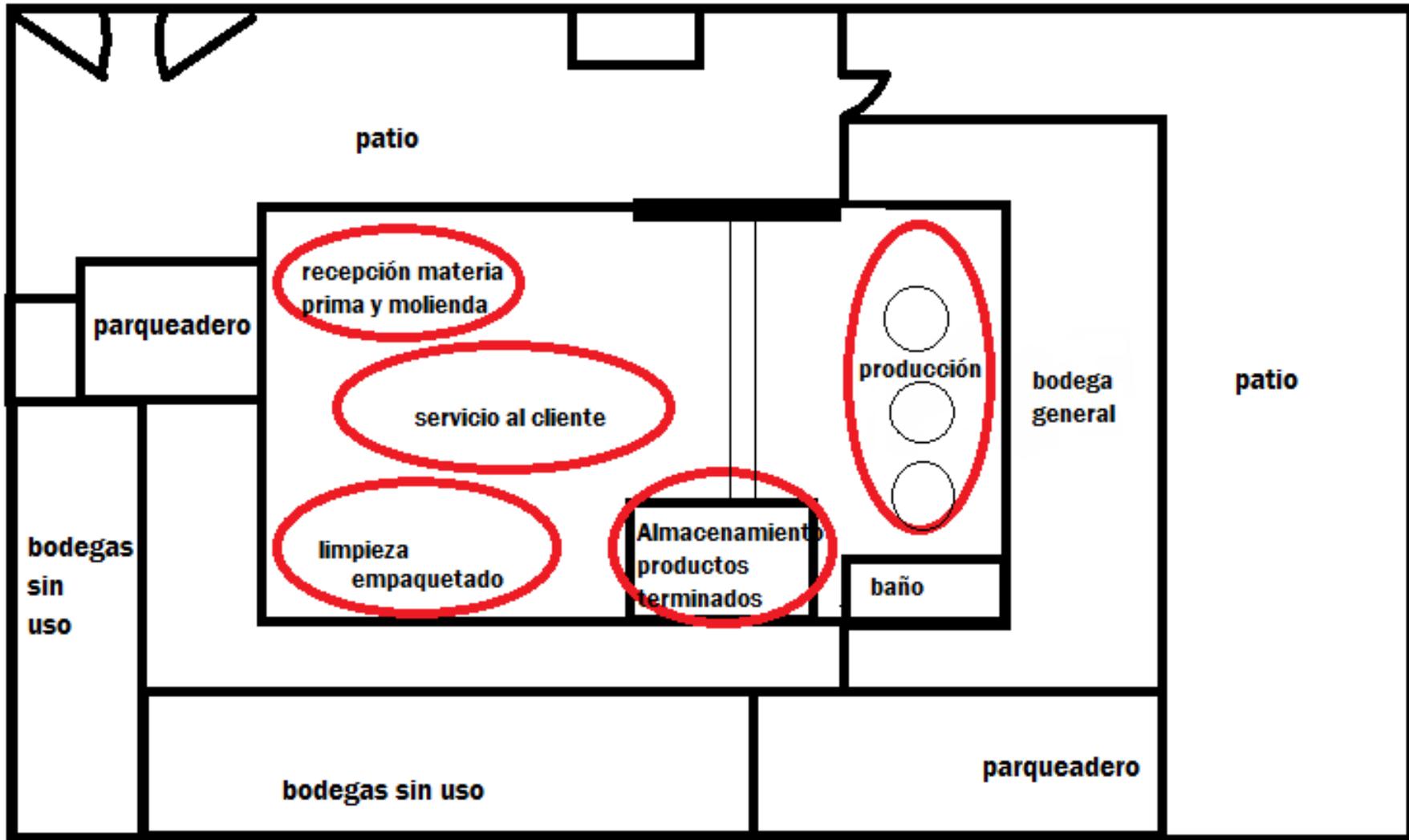
	ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO				
	FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS				
	CARRERA EN GESTIÓN DE TRANSPORTES				
<p>Instrumento recolector de información dirigido a colaboradores internos, miembros externos, de apoyo y consultoría, en el mes de junio al año 2021, para el desarrollo de la investigación “PLAN DE MEJORAS AL SISTEMA DE SISTEMA DE GESTION LOGISTICA DENTRO DE LA EMPRESA CERVEZA ARTESANAL MESTIZA”</p>					
EJECUTOR: KATHERIN COLCHA					
1 Nombre del establecimiento	2 Dirección		3 Lugar de referencia		
PREFERENCIAS DE ESTILOS DE CERVEZA MESTIZA					
4 Al momento de realizar su compra que estilo de cerveza suele adquirir	Diabla ale	5 ¿Cuál estilo es su preferido?	Diabla ale		
	Ecuatoriana Stout		Ecuatoriana Stout		
	Rubia Pale Ale		Rubia Pale Ale		
COSTO DE VENTA					
¿Cuál es el costo de venta al público en su establecimiento?		2.00	2.25	2.75	
		2.50	3.00	3.25	
CONCURRENCIA DE COMPRA Y VENTA					
¿Con que frecuencia compra el producto?	Semanal	Quincenal	Mensual		
¿Cuántos días a la semana vende el producto adquirido?	1	3	+5		
PERSEPCION HACIA EL PRODUCTO					
¿Cómo considera la calidad del producto?	Muy buena	Buena	Neutral	Mala	Muy mala
Recomendaciones y comentarios					

ANEXO C: BASE DE DATOS PUNTOS ACTIVOS DE DISTRIBUCIÓN CERVEZA MESTIZA 2021

n#	ESTABLECIMIENTO	DIRECCIÓN
1	Crepe & Company	Ira constituyente y Larrea
2	Beer Garden	Av. Daniel León Borja entre Carabobo y juan Montalvo
3	Marisquería “Esmeraldas”	José Veloz y Juan Montalvo
4	Licores Don Paco	Av. Daniel León Borja y Brasil
5	V8	Primeras Olimpiadas y Luis Falconi
6	LINA cocina mexicana	Av. Daniel león Borja y Duchicela
7	Capital Pub	Av. Daniel León Borja frente al parque guayaquil
8	Jimmy 2	Av. Daniel León Borja y Princesa Cori
9	Licores G	Av. Unidad Nacional y Francia
10	Café Maya	Av. Daniel león Borja y Brasil
11	Heart Rock	Lavalle 22-34 y primera constituyente
12	Terraza Farabell	Av. Daniel León Borja entre Uruguay y diego de Ibarra
13	Baltimore	Av. Daniel León Borja entre Uruguay y diego de Ibarra
14	Camerino	Av. Daniel León Borja y diego de Ibarra
15	Jimmy	Av. Daniel León Borja y Duchicela
16	Brothers Coffee	Av. Daniel León Borja y Brasil
17	Jekes	Brasil y Av. Daniel León Borja
18	Factory 593	Primeras Olimpiadas y Luis Falconi (frente Parque Infantil)
19	Drinkies	Av. Milton reyes y saint amond
20	Licoreria Gold Monkey	Av. 11 de noviembre y av. Milton reyes
21	Hornados Anita	Av. Circunvalación (vía a san Luis)
22	Gelato	Veloz entre Brasil y diego de Ibarra
23	Patrimonio	Juan de Velasco 24-25 y veloz
24	Rey Paletas	Av. Daniel León Borja entre Carabobo y juan Montalvo
25	El Fogón Restaurante	Av. Héros de Tapi y Gonzalo Davalos

26	Hotel Mansión Santa Isabella	Veloz 28-48 y Carabobo
27	Burrito Chingón	Daniel león Borja y miguel Ángel
28	Karishinas Food & Coffee	Av. Canónigo Ramos y Manuel Arauz Jijón
29	La Aldea	Yaruquies
30	Hugos Fuente de Soda	Daniel león Borja y epicachima
31	Bambu Restaurante	El troje
32	Mis muchachos	Veloz y teniente latas
33	Tequilacho	Saint amand montroud y Milton reyes
34	La manuela	Av, Santillán y evangelista calero
35	Café Paola	Pichincha y Olmedo
36	Rayuela	Av. Daniel León Borja y Brasil
37	Jager	Av. 11 de noviembre y av. Milton reyes
38	La leyenda	Av. Daniel León Borja frente al parque Guayaquil
39	Viento oeste	Venezuela y Vicente Rocafuerte
40	Cheves	Duchicela y Av. Daniel león Borja
41	Catzo negro tatto	Carlos Zambrano y Orozco
42	Biodespensa	Veloz y Juan Montalvo
43	DHG creaciones	Independiente
44	Mimos love	Veloz y teniente latas
45	San Valentín	Av. Daniel León Borja y Vargas Torres
46	La Andaluza	Larrea y Guayaquil
47	Comercial La Gatita	Carabobo entre Av. Daniel león Borja y Guayaquil
48	Amona	Daniel león Borja y miguel ángel
49	Licorería Fausto Molina	Av. Leopoldo Freire y Quito
50	ERPE radiofónicas	Juan de Velasco entre Guayaquil y Olmedo

ANEXO D: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA



ANEXO E: BARRIL CORNELIUS

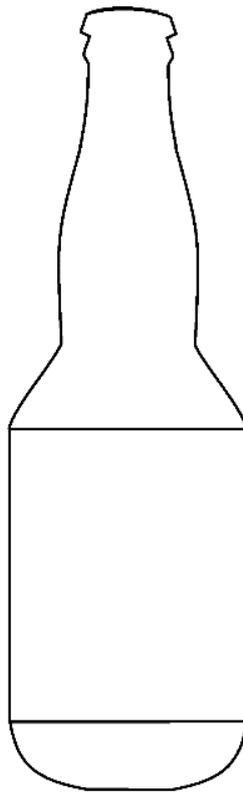


ANEXO F: BARRIL KEG

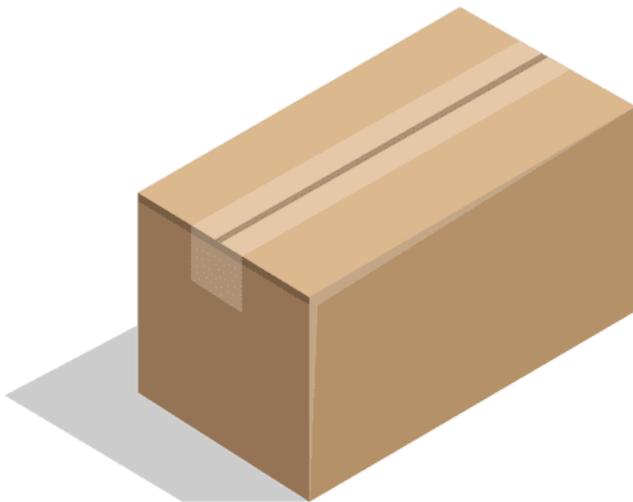


Izquierda, capacidad de 25 litros,
Derecha, capacidad de 50 litros.

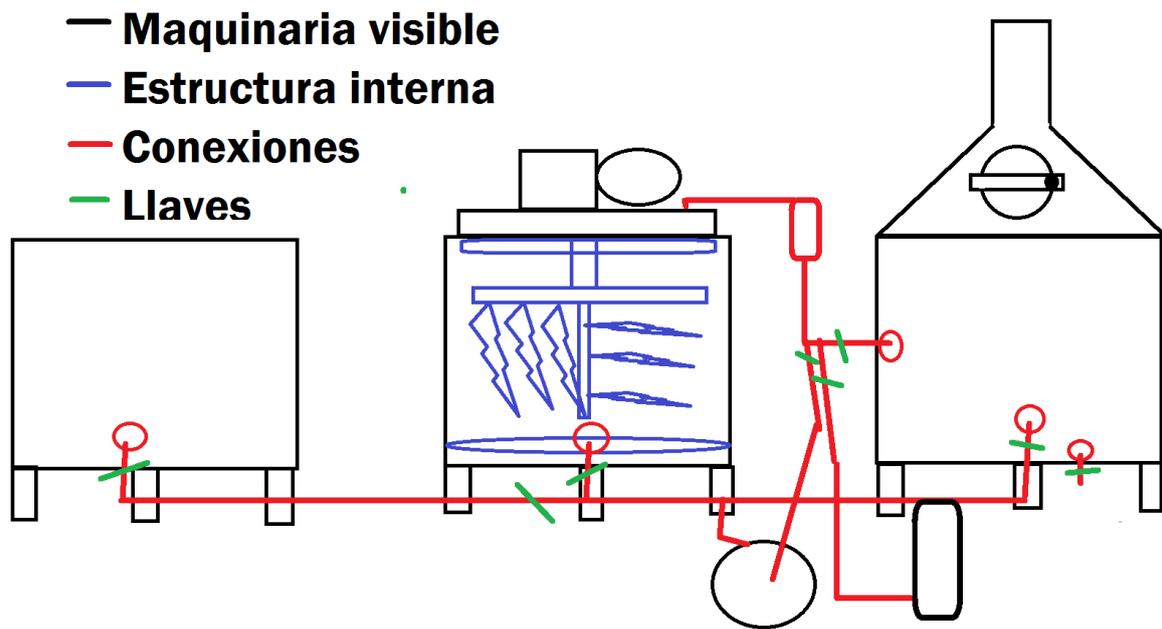
ANEXO G: DISEÑO DE BOTELLA PERSONAL 330ML



ANEXO H: DISEÑO DE EMPAQUE SELLADO



ANEXO I: SALA DE COCCIÓN



ANEXO J: EMPAQUE Y EMBALAJE ADECUADO



ANEXO K: CATASTRO SERVIDORES TURÍSTICOS GADM RIOBAMBA

Clasificación	Actividad	Categoría	Nombre	Calle principal	Numero	Calles secundarias	Teléfono
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Cuarta	Amonet	Jacinto González	No.33	Argentinos y Orozco	2-601401 0984262529
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Baltimore	Av. Daniel león Borja	35-54	Uruguay	2-963954 0984001022
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Beer garden Ecuadorian pub	Av. Daniel león Borja	29-50	Juan Montalvo	0992828299
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Booble tea	Av. Daniel león Borja	34 - 01	Av. Miguel Angel leon	0998909198
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Brothers café	Av. Daniel león Borja	24-84	Brasil	2-961730 0995120292
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Cuarta	Brujis market	Calpi panamericana Sur	S/n	Gasolinera Chimborazo	0984535300 2-948747
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Café del tren	Carabobo	S/n	Av. Unidad Nacional	
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Café paola 1	Pichincha	20-13	Olmedo	2-963355 / 0983514102
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Cuarta	Café paola 2	Vargas torres	23-24	Veloz	2-946975 0983514102
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Cafeteate	Puruha	S/n	Chimborazo	2-966050 0992749664
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Caféxpress	Av. Daniel león Borja	S/n	Lavalle	0987120907
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Cake art postres Y pasteles	Av. Daniel león Borja	40 - 70	Princesa cori	2-968739
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Cayfrut´s	Veloz	18-27	Velasco	2-.941018 0983160175
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Chavari	Av. Antonio jose de	S/n	Paseo	0983430092

Bebidas			Sucre			Shopping	
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Crepería el Medio día	Av. Antonio jose de Sucre	S/n	Paseo Shopping	0983430092
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Segunda	Danu	Unidad nacional	37-20	Alfredo Costales	2-942474 0995314467
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Donut express	Av. Daniel león Borja	S/n	Lavalle	2-940806 0998700149
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	El kfcito	Veloz	41-16	Carlos Zambrano	2-941466 0995102380
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Segunda	Gelato caffe	Veloz	36-40	Brasil y Uruguay	2-967167 0968559085
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Heladería y cefeteria san Francisco	Av. Canonigo ramos	S/n	Av la prensa	2-962521 0984327620
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Helados de paila	10 de agosto	S/n	Magdalena Dávalos	0999927140
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Jhonny café	Rocafuerte	35-37	Circunvalació N	
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Kfesito cafetería Y heladería	10 de agosto	S/n	España	2-948768 0992740724
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Cuarta	La casa de las Humitas	García moreno	29-15	Venezuela	32966795 0984660151
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	La rosa	Virgilio corral	Nro. 6	Agustín Dávalos	2-306412 0998298455
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Cuarta	La vienesa Panadería y café	Av. Canonigo ramos	Nro.2	Saint amount Montread	0992836868
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Listro bistro	Eugenio espejo	21-31	Guayaquil	2-948826 0987931500
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Mani mani café	Av.lizarzaburu,	S/n	Multiplaza	2-307130 0980277292

Alimentos y Bebidas	Cafetería	Cuarta	Minimarket mariu	Av. By pass y alfonso chavez	S/n	Interior de gasolinera by Pass	2-304027 0999707174
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Cuarta	Mundo tuerca	Panamericana Norte	S/n	Interior de la Estación de servicio Mundo tuerca	2-300277 0994947577
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Cuarta	Paris	Av. Daniel león Borja	S/n	Juan Montalvo	0983430092
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Cuarta	Pynn´s	Espejo	21-20	10 de agosto	2-943-259 0987721590
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Quinta dorada	García moreno	S/n	10 de agosto	2941-461 0984680239
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Roxi s café	Alfredo costales	S/n	Av. Daniel león Borja	032941433 0984607379
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Sucursal panadería la Vienesa	Daniel león borja	S/n	Uruguay	2-944997 0995438415
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Segunda	Tertulia sanjuan	Moisés silva,	S/n	Junto a la funeraria rojas, parroquia san Juan.	2-933186 0984114369
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Tercera	Thao by bamboo	Lavalle	22-08	Daniel león borja	2-968219 0983087199 0983242716
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Cuarta	The dukes´s irish pub	Brasil	18-56	Av. Unidad nacional	2-393244 0987985421
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Segunda	Tq cafetería Tradicional	Veloz	42-19	Los sauces	2-968888 0987380090

Alimentos y Bebidas	Cafetería	Cuarta	Verde limón 1	Av. Unidad nacional	S/n	Chile	2-395096 0996774336
Alimentos y Bebidas	Cafetería	Cuarta	Verde limón 2	García moreno	23-26	Primera Constituyente	0989994049
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Abbey rd pub	Av.daniel león borja	35-56	Brasil	2964840 098552546 4
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Amelita	Nueva york	S/n	Comandante Jimenez	2-961-932 0992669971
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Asadero marisquería Cambahuasi	12 de octubre	S/n	España	2-944443 098920392
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Asadero Riobambeñito	10 de agosto	S/n	Morona	2-942-967 0993623849
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Atomium	Veloz	S/n	Carlos Zambrano	2947-985 0993528070
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Bellavista Burguer 4	Av. Lizarzaburu	S/n	Av 11 de Noviembre	
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Big pollo Riobamba	10 de agosto	20-44	5 de junio	2-961981 0997269713
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Bocaito marisquería	Av. Monseñor leonidas proaño	S/n	A 50 metros de la línea del Tren.	2-969586 0983395571
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Bocatas	Oswaldo guayasamin	S/n		2603897 0995339708 2-601955
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	Bonny	Villarroel	15-52	Almagro	2-964-426 0998146120
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	Bonny 2	Primera Constituyente	12-15	Darquea	2-946947 0998146120

Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Brisa marina 1	España	S/n	12 de octubre	2-393807 0984071220
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Brisa marina 3	Colombia	19-05	Velasco	2-969-144 0999946508
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Calipzo	Primera constituyente	13- 56	Loja	2942957 2965547 0987420991
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Cambahuasi	Av. Circunvalación	S/n	Jerusalén	2-378671 0987973195
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Carlita	Panamericana Norte	S/n	Pasaje dos	0990308013
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Carnes latinas	Colombia	26-16	García Moreno	2-964789 0969068879
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Casa china	Av. Daniel león Borja	29-38	Juan Montalvo	2-967-783 0987270207
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Casa vieja	Av. Daniel león Borja	S/n	Pasaje el Espectador	2-603073
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	Ch farina	San antonio del aereopuerto	S/n	Paseo shopping	2310035 2310036 0998318836
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chaby´s	Colón	27-12	Junín	2-962150
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Champps	Av. Circunvalación	S/n	Caracas	2378649 0988192354
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chifa asia	Av. Daniel león Borja	43-40	La 44	2-948567 0985799709
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chifa buena suerte	Av. 21 de abril	37-20	Av. Circunvalación N	2-367043 0988421001
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chifa china	Av. Daniel león	43-39	Autachi	2-962993

Bebidas				Borja			0988333193
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chifa doble feliz	Cararabobo	21-15	Guayaquil	0968667800
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chifa dragón & C	Veloz	S/n	Teniente latus	2-948557 0995557508
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chifa joysing	Av. Unidad nacional	29-23	Carabobo	2-961-285 0980110961
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chifa ming Yuang	Av. De la prensa	No. 18	Junto al Parque	2-307578
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chifa nueva Hong kong byp	Av. Lizarzaburu	S/n	Av. 11 de Noviembre	2-601637 0992949221
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chifa nueva jing Jing	Av. Miguel ángel León	22-36	Av. Daniel león Borja	0999703078
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chifa nuevo sol	Av. Daniel león Borja	45-32	Av. La prensa	
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chifa pekín	Av. Daniel león Borja	S/n	Princesa cori	2960-828 0991380423
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	Chifa plancha 2	Av. Daniel león Borja	42-34	Duchicela	2-969270 0994443988
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Chifa sheng Yuang	Av. Unidad nacional	30-23	Juan Montalvo	092949221
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	Chili´s	Av. Antonio josé de sucre	S/n	Begonias paseo shopping Riobamba	2310014, 310011 0472322555
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Choys jr Marisquería	Veloz	S/n	Jacinto Gonzalez	0997808738
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Cittadino	Espejo	19-23	Villarroel	2-968-228
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	Comidas de	Av. Antonio josé de	S/n	Paseo	2310020

Bebidas			Víctor	Sucre		Shopping	0968703415
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Costa azul	Av. Canonigo ramos	S/n	11 de Noviembre	2608557 0995926472
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Costillitas b b q	Av. Canonigo ramos	S/n	Saint amount montread	2-607131 2-306771 0984557943
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Cuchifritos	Uruguay	S/n	Chile	2-394185 0983986424
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	D'baggio	Av. Daniel león Borja	33-24	Av. Miguel Ángel león	0984669634 2961-832
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Delicias donpaco	Ayucucho	S/n	Alvarado	2942435 2952388 0988529668
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Deliz	Brasil	23-17	Primera Constituyente	2-942-165 0998553637
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Deluva	Carlos zambrano	23-15	Primera Constituyente	0995485878
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Don cesitar	Caracas	S/n	Africa	0979367855
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Don gatito	España	25-45	Argentinos	2-940509 0969622745
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Don pato	Carabobo	21-42	10 de agosto	2-940-978 0996903938 0980132719
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Don pedro	Av.pedro vicente Maldonado	S/n	Frente a la Epoch	069455501
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Don severín	Colón	22-44	Primera Constituyente	2-944-516 0999742573
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Doña elsita	Eplicachima	S/n	Av. Daniel león Borja	2-944822 0998015726

Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	El bonanza	Av. Daniel león Borja	S/n	Duchicela	2-943750 0984557566
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	El calipso	Madrid	12-04	Londres	2-924-450 / 0991693213 / 092877388
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	El campanario De rio	5 de junio	22-39	10 de agosto	2-968290 0979129298
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	El chacarero	5 de junio	21-46	10 de agosto	2-969-292 2-941980 0983189661
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	El delirio	Primera Constituyente	S/n	Magdalena Dávalos	2-966-441 0983635057
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	El dragón	La valle	30-30	New york	2-946089 0999465173
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	El dragón 2	Comandante Jimenez	30-30	New york	2-946089 0999465173
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	El establo	Av. Atahualpa	S/n	Eloy alfaro (yaruquies)	0992810565 2-614075
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	El hornero	Av. Daniel león borja	37-64	Brasil	2-961674 2- 961613 0999354155
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	El jeke	Colón	17-12	Colombia	2-960-352
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	El mesón del rey	Epiclachima	S/n	Av. Daniel león Borja	0998997843
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	El monasterio	Orozco	21-32	5 de junio	2-966365 0987635119
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	El parrillerito 2	Eduardo kingman	S/n	Av. 11 de Noviembre	2-602750 0981587616

Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	El preferido	Eplicachima	S/n	Rey cacha	0986051647
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	El rancho	Panamericana Norte	S/n		2-300206 0958856853
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	El resbalón	Veloz	31-38	Vargas torres	2968-122
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	El rey	Francia	26-52	Junín	2-946715
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Primera	El rey del Burrito	Brasil	16-31	Esmeraldas	2-969602 2-562404
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	El rincón Marino	Av. Principal	S/n	Callejón (Licán)	2-303651 0984687183
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	El sabor Riobambeño	Av. De la prensa	No27	Olivos	2-307786 0979893749
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	El vergel del Sabor	Brasil	17-06	Colombia	2-946476 0987202906
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	El viajero	Av. Monseñor leonidas proaño	S/n	Lizarzaburu	2-600-160 0992177130 0991006934
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	El viento del Oeste	Venezuela	28-67	Rocafuerte	2-966-901
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Emperador Broaster	Primera Constituyente	23-13	España	0996470144 0969054455
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Emperador Broaster 2	Av. Eloy alfaró	S/n	Av.leopoldo Freire	2-628834 0969054455
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Frida cocina Mexicana	Av. Daniel león Borja	41-63	Duchicela	0984394957
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Good chicken Siempre más 2	Av. Leopoldo freire	Nro. 24	Paris	2-300441 0998866039
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Grillados sabor	Av. Daniel león	S/n	Jacinto	2-965466

Bebidas			Especial	Borja		Gonzalez	
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Happy pollo 1	Guayaquil	23-57	Larrea	2-944737 0992740087 2-962638
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Happy pollo 2	Av. Daniel león Borja	34-14	Av. Miguel Ángel león	2-944737 0992740087
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Hornados Carmita	Carabobo	29-11	Argentinos	2-946-838 0984655080
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	Jamones andaluza de la Sierra	Av. Daniel león borja	S/n	Uruguay	2-947189 0994895333
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Jatun pollo	Velasco	22-35	Primera constituyente	0999203950 - 0993494055
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	Kentucky fried chicken	Av. Daniel león borja	S/n	Eplicachima	24011252 0992025344 0984304334
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	Kentucky fried chicken	Av. Antonio josé de sucre	S/n	Paseo shopping Riobamba	032- 4011238
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	L ´incontro	Veloz	41-47	Diego donoso	2-943661 0992611111 0998375833
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	La barcaza	García moreno	S/n	Primera Constituyente	2-604783 0987724010
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	La casa del buén Sabor	Lavalle	22-55	Primera Constituyente	2-944384 0979157852
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	La casa vieja	Olmedo	25-39	García Moreno	0992838928

Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	La choza d'alex	Av. Lizarzaburu	S/n	Joaquín pinto	2-561415 0991325991 Movy 096779367 4 Claro.
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	La cigarra	Juan chiriboga	S/n	Segundo Rosero	0992801205
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	La dulce vita	Veloz	38-83	Carlos Zambrano	0996903938
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	La dolфина Pizzería	Morona	25-20	Orozco	2-962133 0998491570
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	La fogata	Av.daniel león borja	29-22	Carabobo	2-962-462
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	La fragata	Colombia	S/n	Larrea	983037791
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	La fuente	Primera Constituyente	S/n	García Moreno	2-960-490 0998324055
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	La hornilla	Francia	18-51	Entre villarroel y Chile	2-394456 0984010516
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	La isla	10 de agosto	S/n	Magdalena Dávalos	2-946-146 0987868543
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	La joya	Chile	17-41	Benalcazar	2-944-359
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	La mocca	Av. Antonio José de sucre	S/n	Vía a guano	2-366732... (0984943607).

Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	La nena asadero	Nueva york	30-41	Lavalle	2-961902
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	La parada	Virgilio corral	S/n	César león	2-306478 0998151544
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	La pizzería de Paolo 2	Veloz	37-20	Brasil	2-943123 /087478763
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	La pizzota	Ayacucho	S/n	Francia	2-963728 0998490881
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	La plancha	Av. Daniel león Borja	42-25	Duchicela	2-969-270 099443988
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	La posada	Bolivia	15-99	Esmeraldas	2-395166 0998588457
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	La rayuela resto Bar	Av. Daniel león Borja	36-30	Uruguay	2-968237 0992743501
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	La tablita del Tartaro	Av. Antonio José de Sucre	S/n	Paseo Shopping	2-310057 0995000159
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	La vaca marina	10 de agosto	S/n	Morona	0987826778 2-966570
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	La vasija	Argentinos	S/n	España	2-941182 0999033354
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Las brazas steak house	Veloz	40-39	Carlos zambrano	2-941946 0994660132 0987847748
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Las fritadas de La ayacucho	Ayacucho	25-40	España	2-941250 0999044294
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Las hiedras	Av. Daniel león Borja	42-52	Duchicela	968-088 / 0992636499
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Las rieles	Duchicela	15-61	Línea ferrea	2-968-188 0995339642
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Le due sorelle ristorante	Av. Daniel león	35-17	Uruguay	2-944041

Bebidas			Italiano	borja			0987858664
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Lentejitas el Sabor	Rocafuerte	27-78	Venezuela	2360-202 0994152817
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Los cebiches de La rumiñahui	Diego de ibarra	22-40	Primera Constituyente	2-907945
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Los cebiches de La rumiñahui	Av. Antonio José de Sucre	S/n	Paseo Shopping	2-940806 0998700149
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Mar de oro	Av. Daniel León Borja	S/n	Carlos Zambrano	/ 2969-135 0989333556
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Mar y sierra carnes y Mariscos	Av. De la prensa	36-37	Argentinos	2-307041 0987255991
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Marisquería Brisa marina jr	Juan montalvo	30-01	New york	2-944-487 0995834496
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Marisquería Continental	Olmedo	25-29	García Moreno	2-960483 0997117495
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Marisquería D'aly	Venezuela	S/n	Entre brasil y Uruguay	2-964394 0999841182
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Marisquería Delicias del mar	Av. Daniel León Borja	42-51	Autachi	2-940-885 0984256403
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Marisquería el calipso	Madrid	12-04	Londres	2-924-450 / 0991693213 / 092877388
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Marisquería Matius	Junín	30-29	Juan Montalvo	2-945820 0990507124
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Marisquería Neptuno	Av. 9 de octubre	33-11	Bolivia	2-610494
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Mayflower	Av. Antonio José de Sucre	S/n	Paséo Shopping	2-310160 0986361173

Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Mawi wings	Uruguay	35-54	Veloz	2-967081 0958987245
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	Menestras del Negro	Av.antonio josé de Sucre	S/n	Paseo Shopping	024011286 0985677239
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Mirador de bellavista	Asunción	27-37	Entre ayacucho y Junín	2-948294
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Mister broasty	Av. Sucre	32-16	Mexico	0999886963 (2360-043)
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Mister gus	Rocafuerte	27-54	Ayacucho	2-945835
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Monaco	Av. Canonigo ramos	No.10	Agustín Cascante	2-306549 0984557943
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Monaco pizzas y Carnes	Av. De la prensa	S/n	Argentinos	2-307092 0983317730
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Monreal	Av. La prensa	S/n	Veloz	2-307348 0984045038
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Montezuma	Juan montalvo	S/n	Argentinos	2- 626234 098294566
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Morrigan pub	Av. Daniel león Borja	35-15	Uruguay	2-945043 0985525464
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Naranjo´s	Av. Daniel león Borja	S/n	Uruguay	2-960-622 0987502686
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Nativa gastronomía Ecuatoriana	Av. De la prensa	22-41	Av. Daniel leónborja	2-941350
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Nostra pizza Tratoría	Larrea	S/n	Veloz	2-943382
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Nuevo milenio	Cdla. 24 de mayo	S/n	Leonidas proaño y	2-601408 2601279 0984940486

galapagos 0994202502

Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Oriental	Av. Daniel león borja	40-55	Carlos zambrano	2-946080 0930715453 00
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Panamericano	Pasaje sn, y av. Pedro vicente Maldonado	S/n	Redondel de la esPOCH	098918487
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Paparazzi pizza	Chile	35-19	Entre uruguay y Bolivia	2-961200 0992980098
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Paradero santa Ana	Río paute	90-20	Río Tomebamba	2-300286 0984590301
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	Parrillada de Fausto	Uruguay	38-50	Luis a. Falconí	2-967-876 0992810219
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Picantería anita	Uruguay	17-23	Colombia	2-393828 0995337614
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Picantería mama Aurorita	Tarqui	S/n	Chile	2-628223
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pico loco 2	Veloz	S/n	Diego de Ibarra	2968-147 0997294295
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pinchos de la Uruguay	Uruguay	S/n	Gonzalo Dávalos	2624-153 / 0999026147
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Pollo broster el Dorado	Carabobo	19-38	Villarroel	0999501416
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pollo ejecutivo 1	España	19-11	Villarroel	2-961824 2965323 099813896 5
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pollo ejecutivo	Carabobo	S/n	Av. Unidad	296-7429

Bebidas			2			Nacional	
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pollo ejecutivo 3	Av. Daniel león Borja	S/n	Brasil	2-963-886 0998363480
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pollo ejecutivo 4	Primera Constituyente	S/n	Puruhá	2-947077 098032884
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pollo ejecutivo 5	Cordovez	S/n	Colón	2-376679 / 296-7769
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pollo ejecutivo 7	Av. De la prensa	22-31	Av. Daniel león Borja	0984796249
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pollo gus	10 de agosto	20-13	Tarqui	2-963504 0997441738
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pollo gus 2	Av. Daniel león Borja	S/n	Brasil	2-944000 0994809788
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pollo loco	Nueva york	S/n	Juan Montalvo	2-948681 0992386302
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pollo papio´s 1	Av. Daniel león borja	S/n	Miguel ángel león (giralda Plaza)	2-945245 0996470142
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pollo papio´s 2	Av. Leopoldo freire	07-39	La dolorosa	2628-526 0958796218
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pollo papio´s 3	Av lizarzaburu	S/n	Av. 11 de Noviembre	2-606193
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pollo pico loco	Olmedo	28-61	Carabobo	2-952-415 0999820354
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pollo tejano	Av.daniel león borja	40-26	Carlos zambrano	2-944769 0987737676
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Pollo tex	Espejo	33-70	Av. Cordovez	2-376961 0984675824
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Pollos picos Locos	Colón	20-14	Olmedo	0993765183

Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Pollos stav	Av. Daniel león Borja	41-88	Duchicela	2940-847
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Portón dorado	Diego de ibarra	22-50	Av. Daniel león Borja	2-967-382 0958831147
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Portoviejo 2	Av. 9 de octubre	S/n	Madrid	3027696 / 0984393043
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Presley fried Chicken	Av. Miguel ángel León	S/n	Av. Daniel león Borja	2-968849
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Puerto azul	Carabobo	23-50	Veloz	2942282 0995727351
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Q'lantro	Argentinos	26-38	García Moreno	2-964-059 0987724245
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Restaurante el Rincón de chone	Venezuela	S/n	España	2-942712 0983387737
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Rincón chileno	Pichincha	S/n	Orozco	2-940-188 0989231450
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Rincón Esmeraldeño	Juan montalvo	29-54	Veloz	0998189885
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Rio rincón Riobamba	Av. Daniel león Borja	37-42	Brasil	0999212264
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Sabor criollo	Eplacachima	S/n	Huayna palcón	2941251 0992882015
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Sabores de italia	Av. daniel león borja	S/n	Duchicela	2-960268
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Sal y pimienta	Autachi	42-55	Manuel elicio Flor	2-969552 0983783087
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	Salón de eventos restaurante Rosengarten	Av. De la prensa	36-38	Argentinos	2-307032 0979725837
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	San pedro café	Almagro	25-24	Orozco	0998662077

Bebidas			Arte				
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	San valentín Club	Av. Daniel león Borja	S/n	Vargas torres	2-963137 0998857956
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Sansone	Velasco	28-06	Ayacucho	2-965024 0992799433
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Sierra nevada	Av. Lizarzaburu	S/n	Dolores Veintimilla	2608522
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Soffis	Av. Monseñor leonidas proaño	S/n	Aruacanos	2-601-408 0984940486
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Specialit´d´italia	Av. Daniel león Borja	S/n	Av la prensa	2-360487 0995485092
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Su casa	Eplichima	S/n	Huayna Palcón	099047971 9
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Taco naco comidas & bebidas Mexicanas	Av. Antonio josé de sucre	S/n	Paseo shopping	0998300085
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	Tambo de oro	Carlos zambrano	38-63	Ayacucho	2-943162 / 0983307547
Alimentos y bebidas	Restaurante	Tercera	Texas asadero	Av. Lizarzaburu	S/n	Frente al aeropuerto	2307267 2- 945-617 0984494415
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	The gourmet	Vicente ramón roca	55-45	Baquerizo Moreno	2366357/ 0992746659
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	The gourmet Pizzeria 2	Demetrio aguilara Malta	55-45	Juan xxiii	2-603-199 0987473399
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Travietta pizzería	Olmedo	15-26	Morona	2944756 0983858944 4

Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Tropiburger	Av. Miguel angel León	S/n	Av. Daniel león Borja	2-943705
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	Vieja guardia Pub	Av. Miguel ángel León	S/n	Unidad Nacional	2-944012 098785965 2
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Tercera	Virgen del cisne	Av. De la prensa	Nro. 19	Olivos	2-307635 0992535977
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Zen wei Vegetariano	Princesa toa	43-25	Calicuchima	2-964-015
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Segunda	Zeus	Av. Daniel león Borja	41-29	Duchicela	2968036 / 0999754270
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Zhong hua	Av.leopoldo freire	07-85	La paz	2-948107 0999099441
Alimentos y Bebidas	Restaurante	Cuarta	Chifa bing sheng	Rey cache	S/n	Eplicachima, frente al patio de comidas del Terminal.	2-946371 0981479308
Alojamiento	Hotel	3 estrellas	Abraspungo	Las abras	S/n	Vía a guano	2364275 0997694445
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Apart humbolt	Av. De la prensa	S/n	Agustín Dávalos	2-306023 0999000854
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Bambú	Av. Predo vicente Maldonado	S/n	Saint amount Montread	2-317-030 0983511092
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Bella casona	Duchicela	19-53	Monterrey	2960073 0999704886
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Camino real	Av. De la prensa	S/n	Jose maría banderas	2-306-005 / 2-306397 / 2-306-047
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Canadá	Av. De la prensa	23-31	Av. Daniel león borja	2-946676 2-946677 0987883390

Alojamiento	Hostal	1 estrella	Caracas suite	Eplicachima	20-24	Av. Daniel león Borja	2-968193 0984855267
Alojamiento	Casa de Huespedes	Categoria Unica	Casa 1881	Olmedo	24-45	España y Larrea	2-961631 0981335210
Alojamiento	Casa de Huespedes	Categoria Unica	Chimborazo Gasthaus	Veloz	30-45	Lavalle y juan Montalvo	2963645
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Chimborazo Internacional	Argentinos	S/n	Nogales	2-963-475
Alojamiento	Refugio	Categoria unica	Chimborazo lodge	Pulinguí san pablo	Km-36	Vía al chimborazo	2364278 /098468718 3/
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Cumbres	España	22-55	Veloz	2960925 095706630
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Del sur	Manabí	S/n	Pasaje. Coop Las flores	2-600339 0992849281
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Diana maría	Línea férrea 2	S/n	Av. 11 de Noviembre	2 607327 0987816742
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	El altar	Av. 11 de noviembre	S/n	Demetrio aguilar	2-604-595 / (2604-602) 099
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	El cisne	Av. Daniel león Borja	S/n	Duchicela	2- 941 980 0979069306
Alojamiento	Hostal	2 estrellas	El libertador	Av. Daniel león Borja	29-22	Carabobo	2-947393 / 2-964116 2941372
Alojamiento	Hotel	3 estrellas	El molino	Duchicela	42-13	Unidad nacional	/09934934 42942-232 / 2947-584
Alojamiento	Hostería	2 estrellas	El toril	Km.1 vía penipe	S/n	Vía baños	2-372029- 374440-

0985412282

Alojamiento	Hostería	2 estrellas	El troje	Km 4.1/2 via a Chambo	S/n		2-960981 0995762084
Alojamiento	Hotel	3 estrellas	Empresa hotelera arguello altamirano costales c.a zeus	Av. Daniel león borja	41-29	Duchicela	2968-036 . 0999492888
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Katazho	Venezuela	S/n	Brasil	2-941-479 0988529733
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	La colina de río	Av. 11 de noviembre	S/n	Ricardo descalti	2-602789 0992787250 2-600674
Alojamiento	Hostal	2 estrellas	La estación	Av. Unidad nacional	29 - 15	Carabobo	2-948626 0984822651
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	La merced plaza hotel	Colón	19-58	Olmedo	2-967-967 / 2-967-305 / 0998113168
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Liberty	Av. De los héroes	33-27	Francia	2-945130 0998875093
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Los alamos	Av. Saint amont Montrod	S/n	Av. Lizarzaburu	2-603157 0980516495
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Los shyris	Rocafuerte	21-60	10 de agosto	2-960-323 0983710088
Alojamiento	Hotel	3 estrellas	Mansión santa Isabella	Veloz	28-48	Carabobo	2-962-947 / 2943-124
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Marquez de río	Av. Lizarzaburu	S/n	Coangos	2-601-642 / 2-604-703 0987372652

Alojamiento	Hostal	2 estrellas	Mashany	Veloz	41-73	Diego donoso	2-942-914 / 2-964-606 / 0998783953
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Metropolitano	Av. Daniel león Borja	S/n	Lavalle	2-961-714
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Montecarlo	10 de agosto	25-41	García Moreno	2-961577 2-960-557
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Navarra	Unidad nacional	45-80	Eplicachima	2948193 2-962932 / 0983034665
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Nueva saragoza	Av. De la prensa	S/n	Santos Leopoldo	3-028909 091932672
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Oasis	Veloz	15-32	Almagro	2-961-210 0999908192
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Puertas del sol	Cordovez	22-30	Espejo	2376779 0991984737
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Quindeloma	Argentinos	S/n	Carlos Zambrano	2965175 / 2968856
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Real madrid	Veloz	39-42	Carlos Zambrano	2967-521. 099252268
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Rey de los andes	Av. Lizarzaburu	S/n	Camilo egas	2601943 0992584111 2-604642
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Rincón alemán	Remigio romero	Mz9	Alfredo pareja	2-600-388 2-603-540 0997065397
Alojamiento	Hostal	3 estrellas	Rio	Pichincha	21-50	10 de agosto	2-968157 0984148331
Alojamiento	Hotel	3 estrellas	Riobamba inn	Carabobo	23-20	Primera Constituyente	2961-696

Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Rocío	Brasil		Av. Daniel león Borja	2-961-848
Alojamiento	Hotel	1 estrella	Rommel	Olmedo	S/n	Pichincha	2-968058 0987053025
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Royalty	Av. Lizarzaburu	51-64	Saint amount Montread	2603-186 0998307196
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Ruby	Leonardo davlaos	S/n	Bolivar chiriboga urb. San luis	2-616557 0979999405
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Señorial	Eplicachima	44-12	Huayna Palcón	2-968135
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Shalom	Av. Daniel león borja	35-48	Uruguay	2-940-814 / 2961-788 / 0984046098
Alojamiento	Hotel	4 estrellas	Spa casa real	Sector las abras	S/n	Vía a guano	2364112 0987691018
Alojamiento	Hostal	2 estrellas	Torre azul	Av. Circunvalación	S/n	Parque Industrial	2-378686 0984531945
Alojamiento	Hotel	2 estrellas	Tren dorado	Carabobo	22-35	10 de agosto	2-964-890 0979435244
Alojamiento	Hostal	1 estrella	Ventura	Jacinto gonzalez	19-91	Huyna palcon	2-963542
Entretenimiento	Bar	Tercera	Abbey rd pub	Av. Daniel león borja	S/n	Brasil	2-964840 /2-945043 / 0985525464
Entretenimiento	Bar	Tercera	Abbey rd resto Pub 2	Uruguay	22-27	Av. Daniel león Borja	0985525464
Entretenimiento	Bar	Tercera	Aquellos años	Los alamos 2.	S/n	L. Ormaza	2-306734 0999242198 0992843471
Entretenimiento	Bar	Tercera	Baltimore	Av. Daniel león Borja	35-54	Uruguay	2-963954 0984001022

Entretenimiento	Bar	Tercera	Blue sky tu karaoke discobar	Juan montalvo	24-38	Av. Cordovez	2610027 / 0987756206 / 0996373992
Entretenimiento	Bar	Tercera	California mix 29	10 de agosto	S/n	Loja	0995379325
Entretenimiento	Bar	Tercera	Capital pub	Av. Daniel león Borja	33-10	Av. Miguel Ángel león	2-366414 0987616137
Entretenimiento	Bar	Tercera	Carlo rossi de Riobamba	Barón de Carondelet	27-37	Pichincha y Rocafuerte	2942663 / 0996643541
Entretenimiento	Bar	Segunda	Chili´s riobamba	Av. Antonio José de Sucre	S/n	Paseo Shopping	2-310014 0987653126
Entretenimiento	Bar	Tercera	Club del campo Rio	Barrio la pirámide ,	S/n	Sector medio Mundo	0984722891
Entretenimiento	Bar	Tercera	Cortazar	Av. Daniel león Borja	36-30	Uruguay	2-968237
Entretenimiento	Bar	Tercera	D´hummer	Primera constituyente	S/n	Vargas torres	(2-963873) 0992577282 0995835705
Entretenimiento	Bar	Segunda	Destápate	Av. daniel león borja	37-42	Brasil	2-941956 / 2-300823 / 0990227684
Entretenimiento	Bar	Tercera	El coyote bar karaoke	Reina pacha	42-18	Av. Carlos zambrano	2-950300 / 0984846933 / 0959622744
Entretenimiento	Bar	Tercera	Elite coffee bar	Av. Daniel león Borja	S/n	Vargas torres	0999841912
Entretenimiento	Bar	Segunda	Factory 593	Av. Canonigo ramos	S/n	Agustín Cascante	0999194206

Entretenimiento	Bar	Tercera	Fervans club	Av. Monseñor Leonidas proaño	S/n	José maría Roura	0984639964 0992544172
Entretenimiento	Bar	Tercera	Fogón sport	Av. Daniel león Borja	S/n	Av. Miguel Ángel león	
Entretenimiento	Bar	Segunda	Gelato caffe	Veloz	36-40	Brasil y Uruguay	2-967167 / 0968559085
Entretenimiento	Bar	Tercera	Heart rock	Lavalle	22-34	Primera Constituyente	0995775809
Entretenimiento	Bar	Tercera	Jhayros	Morona	21-42	10 de agosto	0983361907 0998985304 0
Entretenimiento	Bar	Tercera	Kandy blue	Morona	S/n	10 de agosto	2-910607 / 0988105688
Entretenimiento	Bar	Tercera	La barca	Velasco	20-45	Guayaquil	0999915731
Entretenimiento	Bar	Tercera	La capéa	Av. Daniel león Borja	S/n	La 44	098242107 / 2-961885
Entretenimiento	Bar	Tercera	La fragola	Morona	21-60	10 de agosto	0981741424
Entretenimiento	Bar	Tercera	La rokka	Av. Miguel ángel león	S/n	Veloz	2-942313 / 2-968238 0987755311
Entretenimiento	Bar	Tercera	Manhattan Lounge	Duchicela	S/n	Av. Daniel león Borja	2-616274 0983406480
Entretenimiento	Bar	Tercera	Místral Riobamba	Diego de ibarra	21-20	Av. Daniel león Borja	2-969672 0984725415
Entretenimiento	Bar	Tercera	Mont blanc	Veloz	10-41	Puruha	2-948792 0984432706
Entretenimiento	Bar	Tercera	Pk2	Av. Circunvalación	S/n	Mariana de Jesús	2-900911 0985296656
Entretenimiento	Bar	Tercera	Portón dorado	Diego de ibarra	22-50	Av. Daniel león Borja	2-967-382 0958831147

Entretenimiento	Bar	Tercera	Radical	Av. 11 de noviembre n4	S/n	Av.lizarzaburu	2- 378712 0992436395 (claro)
Entretenimiento	Bar	Tercera	Rio rincón riobamba	Av. Daniel león borja	37-42	Brasil	2-946946 2-963512 0969019302
Entretenimiento	Bar	Tercera	Rio rocks	Uruguay	22-22	Av. Daniel león Borja	2-317616 0995069374
Entretenimiento	Bar	Tercera	Rock n wings	Av. Daniel león Borja	S/n	Carlos Zambrano	0995029477 2950827
Entretenimiento	Bar	Segunda	Rojo retrobar	Av. 11 de noviembre	Nro 05	Av. Lizarzaburu	2-561821 / 0987224722
Entretenimiento	Bar	Tercera	S ´tragos de rio	Uruguay	22-28	Primera Constituyente	2-966285 0987087995
Entretenimiento	Bar	Segunda	San valentín Club	Av. Daniel león Borja	22-19	Vargas torres	2-963-137 0998857956
Entretenimiento	Bar	Tercera	Septimo cielo	10 de agosto	14-24	Loja	0981741424
Entretenimiento	Bar	Tercera	Spazio sport	Av. Daniel león Borja	S/n	Miguel ángel León	2-941-237 / 0998143024
Entretenimiento	Bar	Tercera	Subwings bistro	Av. 11 de noviembre	Nro. 6	Av.lizarzaburu	2-607801 0987971838
Entretenimiento	Bar	Tercera	Thao by bamboo	Lavalle	22-08	Av. Daniel león Borja	0983242716 / 032968219
Entretenimiento	Bar	Tercera	The dukes ´s irish Pub	Brasil	18-56	Av. Unidad Nacional	2-393244 0979854210
Entretenimiento	Bar	Tercera	Track karaoke	Av.daniel león borja	32-17	Vargas torres	2-374363 2-940536 0998172807
Entretenimiento	Bar	Tercera	Tribu	Av. Daniel león Borja	32-15	Vargas torres	2-961896

Entretenimiento	Bar	Tercera	Urban gourmet	Loja	19-02	12 de octubre	2-945359 - 0984058374
Entretenimiento	Bar	Segunda	V 8 resto bar	Alfredo costales	S/n	Luis falconí	2-946741 2-911204 0998271757
Entretenimiento	Bar	Segunda	Vieja guardia servicios y Producciones	Av. Miguel ángel león	S/n	Av. Unidad nacional	2-944012 0999040593
Entretenimiento	Bar	Tercera	X bar	Av. Edelberto bonilla	S/n	García moreno	2-370416 0984934036 2601279
Entretenimiento	Bar	Tercera	Zona elite bar Karaoke	Vargas torres	22-10	Av. Daniel león Borja	0999841912 --2378011
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	8vo cielo	10 de agosto	14-64	Morona	2-962881 098121770
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Barra music	Morona	21-50	10 de agosto	0987369466
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Belveth	Av. Daniel león Borja	32-20	Vargas torres	2-951042 0998802964
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Caramelo´s ashley	Esquimales	S/n	Chipcha, la lolita	2-601797 0997098408
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Coco bong Fabrik	Autachi	42-55	Manuel elicio Flor	2-969552 0993130353
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Cocoa by tenta	Av. Daniel león Borja	41-69	Duchicela	032946907 / 0994974424
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Deya vu	Av. Daniel león borja	32-26	Av. Miguel ángel león	2-968426 0997318629 2-945954
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Dkdas 70 80 90	Loja	21-37	Guayaquil y 10 De agosto	2-945993 0979074080

Entretenimiento	Discoteca	Segunda	El cartel	10 de agosto	15-10	Morona	2-941818 0996937381
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Foe	Av. Daniel león borja	S/n	Av. Carlos zambrano	2610231 2- 940411 0999984407 0984605542
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Kannabis rio Music	Av. Monseñor Leonidas proaño	S/n	Barrio el Rosario	2-601356 0959032640
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Keops faraón	Av. 11 de noviembre	S/n	Milton reyes	2-603881 0984039031
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	La nueva Avenida club	Av. Daniel león Borja	S/n	Carlos Zambrano	2-940494 0998158868
Entretenimiento	Discoteca	Primera	Macarena	Av. Daniel león Borja	34-01	Miguel ángel León	0998398921
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Miami discotec	Av. De la prensa	S/n	Princesa toa	2-965903 0995695774 .
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Miss angel´s	Av. Daniel león Borja	S/n	Vargas torres	0984241660
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Nox	Vargas torres	22-20	Av. Daniel león Borja	2-947086 0998334594
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Nueva chop	Av. Daniel león Borja	42-07	Duchicela	954564 - 084934806
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Ny new york	Primera Constituyente	14-46	Loja	2945205 098707844 4
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Roberth´s	Diez de agosto	S/n	Morona	2-560634 092726990
Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Ronny´s	Nueva york	16-45	Alvarado	2-966682 2-967739 0983466824

Entretenimiento	Discoteca	Segunda	Tks	Av. Daniel león Borja	S/n	Princesa cori	0958846265 0983750465
Entretenimiento	Sala de Recepciones	Segunda	Belén	Ayacucho	18-19	Mariana de Jesús	2-942005 0991232339
Entretenimiento	Sala de Recepciones	Segunda	Caelus	Colón	24-24	Veloz	2-948804 0991655720
Entretenimiento	Sala de Recepciones	Segunda	Doña faby	Av. Leopoldo freire	06-73	Frente a la Policía	2628451 0968628181
Entretenimiento	Sala de Recepciones	Segunda	Eclipse	Alvarado	20-49	Guayaquil	2-961-066 0984470968
Entretenimiento	Sala de Recepciones	Segunda	Escorpión	9 de octubre y juan Montalvo	S/n		2610-279 0992761165
Entretenimiento	Sala de Recepciones	Segunda	Génesis	García moreno	29-30	Venezuela	2-943529 0992957140
Entretenimiento	Sala de Recepciones	Primera	Imperio	Av. Atahualpa	S/n	Eloy alfaro (yaruquies)	2-614096 0998638535
Entretenimiento	Sala de recepciones	Segunda	Las manolas	San josé de batán	S/n	Sector ricpamba	2-616310 2616176 0983208313 2603072
Entretenimiento	Sala de Recepciones	Segunda	Lom	Olmedo	S/n	Joaquín Chiriboga	2-945000
Entretenimiento	Sala de Recepciones	Segunda	Majestic palace	Av. Antonio josé de Sucre	36-15	Salida a Guano	2366-059 0992745091
Entretenimiento	Sala de Recepciones	Segunda	Rincón de Versalles	Ayacucho	26-72	García Moreno	2967-202
Entretenimiento	Sala de Recepciones	Segunda	Royal club	Veloz	S/n	Av. Carlos Zambrano	2-967-769. 0998007951
Entretenimiento	Sala de recepciones y	Segunda	Caribe center club	Km. 1 .1/2. Vía a guano	S/n	Junto a casa real	2-364415 0995902071 0992746659

Banquetes

Entretenimiento	Sala de recepciones y banquetes	Segunda	Centro de recepciones portal de Riobamba.	Av. Antonio José de Sucre	Nro.4	Av. Circunvalación	0968260923
Entretenimiento	Sala de recepciones y Banquetes	Primera	Di andre	Alfredo pareja	S/n	Alejandro carrión	2-606337 0987003355 0987816742
Entretenimiento	Sala de recepciones y Banquetes	Segunda	Domus aurea recepciones y Eventos.	Arrayanes	Nro.1	Los olivos.	0987801414
Entretenimiento	Sala de recepciones y Banquetes	Segunda	La cascada events	Pichincha	11-09	12 de octubre	2-943957
Entretenimiento	Sala de recepciones y Banquetes	Segunda	Los balcones	Tarqui	27-59	Ayacucho	2-966107 098586480
Entretenimiento	Sala de recepciones y Banquetes	Segunda	Rincón de cali eventos y Recepciones	Av. Leopoldo freire	S/n	Av. Circunvalación N	2-626360 0999051765
Entretenimiento	Sala de recepciones y banquetes	Segunda	Salón de eventos restaurante Rosengarten	Av. De la prensa	36-38	Argentinos	2-307032 0979725837
Operaciones	Agencia de	Dualidad	Aerovacaciones	Primera	30-22	Juan	2-948778

	Viajes			Constituyente		Montalvo	0984939366
Operaciones	Agencia de viajes	Operadora	Andean adventures	Condorazo	S/n	Monterrey	2-965820 (0979084401)
Operaciones	Agencia de viajes	Internacional	Awankay	Veloz 43-06	S/n	Autachi	2-969760 0984486884 0991068623
Operaciones	Agencia de Viajes	Operadora	Biking spirit	Ilapo	Nro.2	Tixán	2-612263 0994156348
Operaciones	Agencia de viajes	Internacional	Chimborazo travel	España	24-55	Orozco	2-960-925 /2-940-924 0995706630
Operaciones	Agencia de Viajes	Dualidad	Circulo tours	Veloz	S/n	Brasil	2947-337 0984585276
Operaciones	Agencia de viajes	Dualidad	Diamante tours	Ayacucho	S/n	García moreno	2-960-319 0986051296 0984432288
Operaciones	Agencia de viajes	Operadora	Ecuador eco adventure	Viena	S/n	Varsovia	2-924202 2968-412 0998311282
Operaciones	Agencia de Viajes	Operadora	Expediciones Andinas	Las abras km 3	S/n	Vía a guano	2364278 0999733646
Operaciones	Agencia de Viajes	Internacional	Global tour cia Ltda	Orozco	25-54	García Moreno	2-943811 / 0996397672
Operaciones	Agencia de Viajes	Operadora	Gui&eme	Veloz	22-22	Espejo	2-951710 0998739177
Operaciones	Agencia de Viajes	Dualidad	Incañan Ecotourism s a	Brasil	20-28	Luis alberto Falconí	2-940-508 / 0992948896
Operaciones	Agencia de	Internacional	Infinityecuador	Ayacucho	27-10	Pichincha	2-947494

	Viajes		S.a				0995900149
Operaciones	Agencia de viajes	Operadora	Julio verne juvercia ltda	Brasil	22-40	Primera constituyente	2-963-436 0994167350
Operaciones	Agencia de viajes	Internacional	Larios	10 de agosto	21-62	Carabobo	2-944673 2-946 0984876315
Operaciones	Agencia de Viajes	Internacional	Metropolitang Touring	Av. Canonigo ramos	Nro 13	Saint amount Montread	2-307354 0987170143
Operaciones	Agencia de Viajes	Internacional	Mundo tours	Veloz	42-25	Los sauces	2-966829 0983575170
Operaciones	Agencia de Viajes	Internacional	Mundodestinos	Daniel león borja	40-26	Carlos Zambrano	2-960976 0984450415
Operaciones	Agencia de Viajes	Internacional	Nómada travel	Uruguay	22-51	Av. Daniel león Borja	2-944202 0998859401
Operaciones	Agencia de viajes	Operadora	Operadora turística Kachaoptur s.a	Esmeraldas	16-06	Espejo	2-961599 0985658802
Operaciones	Agencia de Viajes	Operadora	Probici	Primera Constituyente	23-51	Larrea	2-941880 0998238129
Operaciones	Agencia de Viajes	Dualidad	Puruha razurku Cia ltda.	Av. Sesquicentenario	S/n	Miguel ángel Jijón	2-606-774 0985309966
Operaciones	Agencia de viajes	Internacional	Rioturtravel	Veloz	28-35	Magdalena dávalos	2-968-243 0987178522
Operaciones	Agencia de Viajes	Internacional	Rumbo travel	Av. Daniel león Borja	S/n	Av. La prensa	2-943403
Operaciones	Agencia de Viajes	Operadora	Soultrain	Carabobo	22-35	10 de agosto	2964-890-2- 962696
Operaciones	Agencia de	Dualidad	Surya	Primera	14-18	Loja	2-940414

	Viajes		Expeditions	Constituyente			0993459222
Operaciones	Agencia de viajes	Dualidad	Sustaintours	Av. Daniel león borja	36-30	Uruguay	2-944677 0992743501
Operaciones	Agencia de viajes	Dualidad	Universal center travel s A	García moreno	19-46	Olmedo	2-942-287 0984783721
Transporte turístico	Transporte turistico	Transporte turístico Terrestre	Interangeles tours cia ltda	Olmedo	28-57	Carabobo	2-940568
Transporte turístico	Transporte turistico	Transporte turístico Terrestre	National travelc a	Uruguay	28-01	Ayacucho	2-968373
Transporte turístico	Transporte turístico	Transporte turistico Terrestre	Rioempres tours s a	Av. Daniel león Borja	40-26	Carlos zambrano	2-600995 0969062539



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 05 / 05 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: Katherin Alexandra Colcha Lopez
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Administración de Empresas
Carrera: Gestión del Transporte
Título a optar: Licenciada en Gestión del Transporte
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



05 / 05 / 2022

0595-DBRA-UTP-2022