



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS
CARRERA DE INGENIERIA DE EMPRESAS

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del título de:
INGENIERA DE EMPRESAS

TEMA:

“DISEÑO DEL PROYECTO LOGÍSTICO DEL SECTOR DE CATERING PARA LA RED PRODUCTIVA Y COMERCIAL DE LA ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA DEL CANTÓN RIOBAMBA”

AUTORAS:

GABRIELA ISABEL SEGOVIA OBANDO
ANDREA BEATRIZ ZÚÑIGA SALAZAR

RIOBAMBA - ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del título de Ingeniera de Empresas, ha sido desarrollado por las Srtas. Gabriela Isabel Segovia Obando y Andrea Beatriz Zúñiga Salazar, han cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes

DIRECTOR DEL TRIBUNAL

Ing. Mario Alfonso Arellano Díaz

MIEMBRO DEL TRIBUNAL

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Nosotras, Gabriela Isabel Segovia Obando y Andrea Beatriz Zúñiga Salazar, declaramos que el presente trabajo de titulación es de nuestra autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autoras, asumimos la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 01 de Febrero de 2016

Gabriela Isabel Segovia Obando
0604197095

Andrea Beatriz Zúñiga Salazar
0604975565

DEDICATORIA

Con todo mi amor para las personas que estuvieron conmigo desde que inicié este largo camino. A mi papito y a mi mamita por su apoyo y por su amor incondicional que me ha llenado siempre y que hoy me ayuda a cumplir esta meta de mi vida. A mis amadas abuelitas: Dolores que ha estado para mí sin condiciones y Laura que desde el cielo me bendice. A mi tía Marcia por su ejemplo, por su apoyo, por cariño. A mis hermanas Cinthia y Evelyn que son pilares fundamentales en mi vida.

Gabriela.

Con todo mi cariño y mi amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, y en especial a ti mi Papito que siempre creíste en mí, y aunque ya no estas a mi lado tu recuerdo vivirá siempre en mi corazón.

A mi pequeña Ivannita que a tu corta edad, me has enseñado y me sigues enseñando muchas cosas de la vida, tu afecto y cariño son los detonantes de mi felicidad, de mi esfuerzo, de mis ganas de buscar lo mejor para ti, fuiste mi motivación más grande para concluir con éxito este proyecto de tesis.

Andrea.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios y la Virgencita por permitir que hoy culmine con éxito esta etapa de mi vida. A mi familia por brindarme todo el apoyo que necesité. Agradezco en especial y desde el fondo de mi corazón a mis padres por el inmenso amor demostrado en cada noche de desvelo junto a mí, en cada palabra de aliento, en su esfuerzo y trabajo diarios para brindarme lo mejor; gracias por ser mi ejemplo de lucha y mi inspiración para ser mejor cada día.

Gabriela.

Agradezco a Dios por bendecirme para llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado.

A mi familia fuente de apoyo constante e incondicional en toda mi vida y más aún en mis años de carrera profesional y en especial quiero expresar mi más grande agradecimiento a mis Padres por apoyarme en todo momento, por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación en el transcurso de mi vida, a mi abuelita por ser mi amiga incondicional.

A mi esposo por ser una parte muy importante de mi vida, por haberme apoyado en los buenos y malos momentos, sobre todo por su paciencia y amor incondicional.

Andrea.

ÍNDICE GENERAL

Portada	i
Certificación del tribunal	ii
Declaración de autenticidad.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Índice general.....	vi
Índice de tablas	viii
Índice de gráficos.....	ix
Índice de anexos.....	x
Resumen ejecutivo.....	xi
Summary.....	xii
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
Formulación del Problema.....	4
Delimitación del Problema	4
1.2 JUSTIFICACIÓN	4
1.3 OBJETIVOS	6
1.3.1 Objetivo General.....	6
1.3.1 Objetivos Específicos	6
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	7
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	7
2.1.1 Antecedentes Históricos	7
2.1.2 Diseño de la Investigación.....	10
2.1.3 Mercado Objetivo	10
2.1.4 Servicio.....	11
2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	11
2.2.1 Logística	11
2.2.2 Tipos de Logística	13
2.2.3 Cadena de Suministros	16
2.2.4 Sistema Logístico	17
2.2.5 Sistema de Atención al Cliente.....	18

2.2.6	La Actividad de Catering.....	18
2.2.7	La Economía Popular y Solidaria.....	20
2.3	HIPÓTESIS o IDEA A DEFENDER	26
2.3.1	Idea a Defender.....	26
2.4	Variables	26
2.4.1	Variable Independiente.....	26
2.4.2	Variable Dependiente	26
CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO.....		27
3.1	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	27
3.2	TIPOS DE INVESTIGACIÓN	29
3.3	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	30
3.4	MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	30
3.5	RESULTADOS.....	32
3.6	ANÁLISIS DE PROCESOS	40
3.6.1	Fase de Aprovisionamiento.....	40
3.6.2	Fase de Producción	41
3.6.3	Fase de Distribución.....	43
3.7	VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER.....	44
CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO.....		45
4.1	TITULO DE LA PROPUESTA.....	45
4.2	CONTENIDO DE LA PROPUESTA.....	45
4.2.1	Plan Aprovisionamiento	46
4.2.2	Plan Producción	53
4.2.3	Plan Distribución	64
4.2.4	Retroalimentación.....	68
CONCLUSIONES		70
RECOMENDACIONES.....		71
BIBLIOGRAFIA		72
ANEXOS		75
Anexo N° 1: Modelo de entrevista		75
Anexo N° 2. Fotografías tomadas a las diferentes asociaciones visitadas.....		76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: Modelo de Entrevista	31
Tabla N° 2: Número de socios de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba	32
Tabla N° 3: Lugar de Trabajo de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba	33
Tabla N° 4: Activos de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba.....	34
Tabla N° 5: Tipos de comida de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba	35
Tabla N° 6: Clientes de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba.....	36
Tabla N° 7: Proveedores de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba	37
Tabla N° 8: Procesos de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba.....	38
Tabla N° 9: Transportación de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba.....	39
Tabla N° 10. Orden de requisición	51
Tabla N° 11. Control de existencias	52
Tabla N° 12: Formato para llevar un registro de las recetas de comida	57
Tabla N° 13: Plantilla utilizada para la toma de tiempos	58
Tabla N° 14: Formato de un registro de los pedidos de los clientes.....	59

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Figura N° 1: Proceso logístico	12
Figura N° 2: Método cualitativo	30
Figura N° 3: Número de Socios de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba	32
Figura N° 4: Lugar de Trabajo de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba.....	33
Figura N° 5: Tipos de comida de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba.....	35
Figura N° 6: Clientes de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba.....	36
Figura N° 8: Procesos de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba	38
Figura N° 9: Transportación de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba	39
Figura N° 10. Fase de Aprovisionamiento.....	41
Figura N° 11. Fase de Producción	42
Figura N° 12: Fase de Distribución	43
Figura N° 14: Cadena de Suministros.....	46
Figura N° 15: El Aprovisionamiento	47
Figura N° 16: Proceso de Aprovisionamiento	48
Figura N° 17. La Producción	54
Figura N° 18: Proceso de Producción.....	55
Figura N° 19: Proceso.....	60
Figura N° 20: La Distribución	64
Figura N° 21: Proceso.....	66
Figura N° 22: Retroalimentación	68
Figura N° 23: Ciclo de la retroalimentación:.....	69

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo N° 1: Modelo de entrevista	75
Anexo N° 2. Fotografías tomadas a las diferentes asociaciones visitadas.....	76

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de este trabajo es el diseño del proyecto logístico del sector de catering para la red productiva y comercial de la economía popular y solidaria del cantón Riobamba, el mismo que servirá como documento de consulta a las asociaciones de dicho sector permitiéndoles mejorar su cadena de suministros, la misma que está conformada por todos aquellos procesos involucrados de manera directa o indirecta en la acción de satisfacer las necesidades del cliente.

La metodología utilizada es la investigación proyectiva, la misma que involucra un análisis que permite soportar y justificar la propuesta. Las herramientas utilizadas fueron la observación directa y la encuesta. Se propone un proyecto logístico que está compuesto por un plan de abastecimiento, un plan de producción, un plan de distribución y un plan de retroalimentación.

El resultado de nuestro trabajo es un Sistema Logístico que no estará limitado a las asociaciones inscritas en el Instituto de Economía Popular y Solidaria (IEPS) ya que tendrá su aplicación en las actividades de Catering que sean desarrolladas por cualquier persona natural o jurídica.

Se recomienda la capacitación del personal administrativo de las asociaciones para asegurar una correcta implementación del proyecto logístico.

Palabras claves: logística, cadena de suministros, aprovisionamiento, producción, distribución, catering, economía popular y solidaria, cliente.

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes
DIRECTOR DEL TRIBUNAL

SUMMARY

The present research work performed a design of the project logistics of catering sector for the productive and commercial network of popular and solidarity economy of canton Riobamba which will become a consultation paper to the associations of this sector facilitating them to improve their supply chain, this document will contain all those processes involved in satisfying the customer's needs.

The methodology used was the projective research that involves an analysis that allows them to support and justify the proposal. The research tools used were the direct observation and the survey. It is proposed a project logistics that consists of a sourcing plan, a production plan, a distribution plan and a feedback plan.

The result obtained is a Logistics System which will not be limited to the registered associations in the Institute of Popular and Solidarity Economy (IPSE) because it will have its application in the activities of Catering that are developed by any natural or legal person.

The training of administrative staff of the associations is recommended to ensure a correct implementation of the project logistics.

Key words: logistics, supply chain, provisioning, production, distribution, catering, popular and solidarity economy, customer.

INTRODUCCIÓN

En nuestro medio, el servicio de Catering se ha realizado de forma empírica y ha funcionado en base a la iniciativa propia de quienes lo han ofertado, quienes en su mayoría tienen conocimientos de cocina. De forma general, esta ha sido una actividad esporádica desarrollada para mejorar la economía familiar, atendiendo principalmente actos sociales como matrimonios, grados, reuniones institucionales o empresariales.

La logística es el proceso de planificar, implementar y controlar el flujo y almacenaje de materias primas, productos semi-elaborados o terminados, y de manejar la información relacionada desde el lugar de origen hasta el lugar de consumo.

El presente trabajo de tesis tiene por objeto llevar a cabo un análisis de la situación actual de las asociaciones de catering inscritas en el Instituto de Economía Popular y Solidaria IEPS en lo referente a su manejo logístico; se analiza cada fase de la cadena de suministros. Una vez realizado dicho estudio se pretende diseñar un modelo de logística para estas asociaciones, el mismo que constará de planes de abastecimiento, de producción, de distribución y uno que abarque marketing y servicio al cliente.

Nos hemos enmarcado en el sector de economía popular y solidaria puesto que los actores que lo conforman son personas que han emprendido negocios sin el conocimiento necesario en el ámbito administrativo y que por ende se manejan de manera empírica.

Según la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria SEPS, existen alrededor de 631.430 microempresas, de las cuales únicamente un porcentaje del 40 % tiene acceso a financiamiento, perteneciendo aproximadamente el 50% a zonas rurales donde habita el 37.23% de la población. Por otro lado, en las microempresas se ocupa alrededor del 40% de la población económicamente activa, que corresponde a un estimado de 2,5 millones de personas, lo que representa entre el 10% y el 15% del ingreso nacional.

Lo anteriormente expuesto da muestras claras de la proyección y muestra que las microempresas se pueden convertir en el motor que genere bienestar dotando de

recursos necesarios a los sectores vulnerables, que históricamente no han atendidos eficientemente por las políticas económicas.

Hasta el año 2015 se encontraban inscritas en el Instituto de Economía Popular y Solidarias (IEPS) de Riobamba 15 asociaciones de catering, pero de ellas solo 5 fueron calificadas; y de estas únicamente se encuentran laborando 3 actualmente. Conocemos que este servicio lo ofertan también ciertas personas naturales que son contratadas gracias a los contactos y referencias de amigos o familiares.

El trabajo consta de cuatro capítulos; en el primero se plantea todo acerca de la problemática en torno al tema, se definen los objetivos, las variables, el objeto de la investigación y el campo en el que va a ser desarrollada; en el segundo capítulo consta toda la teoría en la que se sustenta la tesis; en el capítulo tercero se establece la metodología utilizada, es nuestro caso es de tipo proyectiva con base en un estudio de campo, además se analiza todos los datos recabados mediante la aplicación de una encuesta y la observación directa; y finalmente en el cuarto capítulo se desarrolla la propuesta.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Cuando la mayoría de personas se refiere a la empresa de catering se están refiriendo a un “**servicio de comida/evento**” que brinda un servicio de comedor o establece un auto-servicio de buffet; Este servicio no solo brinda alimentos y bebidas en eventos, sino que también ofertan el servicio de alimentación al personal administrativo, ejecutivo y operativo de cualquier empresa o institución.

En la actualidad nuestro país se encuentra viviendo cambios importantes, dentro de ellos se encuentra la potencialización del sector de economía popular y solidaria. El apoyo que el gobierno brinda a este sector es grande, pero lamentablemente sus actores aún no están bien conformados, hace falta mejorar la organización en varios aspectos: legal, económico, estructural, jerárquico y principalmente logístico.

Debido a este problema las asociaciones dedicadas a ofertar productos y a brindar servicios, puntalmente las empresas de Catering inscritas en el IEPS de Riobamba, que es donde se enmarca nuestro trabajo, se encuentran en desventaja con las medianas y grandes empresas ya constituidas.

Del diagnóstico realizado, se puede evidenciar que estas asociaciones no cuentan con **sistemas de aprovisionamiento, de producción, ni de distribución, tampoco existe un plan de servicio de atención al cliente**, es decir no tienen un sistema de administración ni logística establecidos; esto trae consigo pérdida de tiempo, duplicación de esfuerzos, limitaciones para solucionar situaciones inesperadas lo cual se traduce en pérdidas económicas que ponen en riesgo la sostenibilidad de la asociación.

La principal causa de que las asociaciones no cuenten con un sistema logístico es que las personas que conforman cada una de ellas no tienen los conocimientos necesarios para implementar uno. Se encontró que laboran chefs, nutricionistas, personas con experiencia en cocina, pero no existen personas que tengan conocimientos afines a la gestión o administración de empresas. Tampoco existe una estructura orgánica

claramente definida ni un manual de procedimientos por lo que su accionar se basa en la iniciativa y experiencia propias.

Nuestro trabajo de tesis permitirá que dichas organizaciones, así como las personas naturales que ofertan este servicio, cuenten con un modelo de administración logística que contribuya a mejorar su actividad y a tener competitividad dentro del mercado en el que operan.

Formulación del Problema

VARIABLE 1: Sistema logístico

VARIABLE 2: Mejora continua de la administración de los negocios de catering de la economía popular y solidaria.

PREGUNTA: ¿La creación de un Sistema Logístico logrará la mejora continua de la administración de los negocios de catering de la economía popular y solidaria del cantón Riobamba?

Delimitación del Problema

Objeto: Operación logística en las asociaciones de catering del sector economía popular y solidaria.

Campo: Asociaciones que conforman el sector de la economía popular y solidaria del Cantón Riobamba.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Según Taylor, las empresas dedicadas al catering son especialistas en elaborar y trasladar los alimentos al sitio que disponga el cliente, no solo se incluye la comida y bebida, sino también la mantelería y los cubiertos, así como el servicio de cocineros y de camareros y personal de limpieza posterior al evento. (Taylor, 2001)

Para Ferrel, Hirt, Adriaenséns, Flores y Ramos, la logística es una función operativa importante que comprende todas las actividades necesarias para la obtención y administración de materias primas y componentes, así como el manejo de los productos terminados, su empaque y su distribución a los clientes. (Ferrel, Hirt Geoffrey, Ramos Leticia, Adriaenséns Marianela, Flores Miguel Angel, 2004)

Debido a la necesidad económica de algunos sectores sociales de nuestro medio, se han creado varios tipos de organizaciones, dentro de las cuales están las asociaciones que ofertan servicio de catering. Es así como el sector de economía popular y solidaria se ido fortaleciendo a la vez que se ha impulsado el crecimiento económico de determinado grupo social. Desventajosamente este aspecto positivo se ha visto empañado debido a que las personas que conforman dichas empresas no cuentan con la capacitación adecuada en cuestiones de gestión; los asociados son, en su mayoría, personas que conocen de gastronomía, pero no han sido capacitados en cómo manejar una empresa, motivo por el cual gestionan empíricamente.

Nuestro trabajo se centra en proponer un sistema logístico adaptable y utilizable por las personas naturales o jurídicas que oferten el servicio de Catering. Pretendemos dotar de las herramientas técnicas para mejorar la logística de aprovisionamiento, procesos y distribución de este servicio; contribuiremos a optimizar el tiempo y los recursos, a mejorar el marketing y la publicidad con miras a mejorar el servicio al cliente.

Se pretende presentar una propuesta factible para la implementación de un sistema logístico que sirva de base y de apoyo para toda empresa de catering del sector de economía popular y solidaria. Se justifica porque hay un adecuado conocimiento del entorno y la facilidad de obtener y procesar la información. El proyecto será de fácil aplicación y puesta en marcha no requiere conocimientos técnicos y específicos en materia de administración.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

Diseñar un proyecto de logística para las asociaciones de catering del sector de economía popular y solidaria del cantón Riobamba.

1.3.1 Objetivos Específicos

- ▶ Diagnosticar los procesos logísticos que actualmente tienen las asociaciones de catering.
- ▶ Elaborar el modelo logístico.
- ▶ Recomendar la aplicación del modelo logístico que sirva para mejorar la gestión de las asociaciones de catering.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

2.1.1 Antecedentes Históricos

La economía social y solidaria está basada en valores humanos y principios de solidaridad, que propugnan el reconocimiento de la otra persona como fundamento de la acción humana y eje de la renovación de la política, la economía y la sociedad. Incluye al conjunto de actividades y organizaciones de carácter comunitario, asociativo, cooperativo, mutualista y demás formas colectivas creadas para responder a las necesidades de empleo y de bienestar de los pueblos, así como a movimientos ciudadanos orientados a democratizar y transformar la economía.

El artículo 283 de la Constitución Política de la República, establece que el sistema económico es social y solidario y se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria y las demás que la Constitución determine; la economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

El artículo 309 de esta Constitución señala que el sistema financiero nacional se compone de los sectores público, privado y del popular y solidario.

Con el fin de impulsar el desarrollo de la economía popular y solidaria, el artículo 311 de la misma Constitución señala que el sector financiero popular y solidario se compondrá de cooperativas de ahorro y crédito, entidades asociativas o solidarias, cajas y bancos comunales, cajas de ahorro y; que las iniciativas de servicios del sector financiero popular y solidaria y de las micro, pequeñas y medianas unidades productivas, recibirán un tratamiento diferenciado y preferencial del Estado. Además el artículo 319 de la Constitución establece que se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresas públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. (Asamblea Nacional, 2014)

La Ley de la Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero

La Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sector Financiero Popular y Solidario reconoce las iniciativas de la economía popular y solidaria, como formas de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción e intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades y generar ingresos, basadas en relaciones de solidaridad, cooperación y reciprocidad, que privilegien al trabajo y al ser humano como sujeto y fin de su actividad, orientada al buen vivir, en armonía con la naturaleza, por encima de la apropiación, el lucro y la acumulación del capital.

El Art. 7 establece que la Ley tiene por objeto reconocer, fomentar, promover, proteger, regular, acompañar y supervisar la constitución, estructura y funcionamiento de las formas de organización de la economía popular y solidaria; además, normar las funciones de las entidades públicas responsables de la aplicación de la presente ley.

La forma organizativa que la ley establece para el sector de la EPS:

- Sectores: Comunitarios, Asociativos y Cooperativos
- Consejo Nacional de la Economía Popular y Solidaria
- Comisión Nacional de Apelaciones
- IEPS - Instituto Nacional de Economía Popular y solidaria
- SEPS - Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria

El acompañamiento, la regulación y la supervisión de las formas de organización económicas popular y solidaria, queda a cargo del Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS). (Asamblea Nacional, 2014)

El Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria (IEPS)

El IEPS es una entidad adscrita al Ministerio de Inclusión Económica y Social que propone y ejecuta la política pública, coordina, organiza y aplica los planes, programas

y proyectos que contribuyen a la construcción del Sistema Económico Social y Solidario. (Asamblea Nacional, 2014)

Dentro de los objetivos estratégicos de la IEPS se encuentran:

- Crear capacidades para que los actores de la Economía Popular y Solidaria se consoliden como sujetos económicos-sociales-políticos que participan en el nuevo régimen del Buen Vivir.
- Crear las condiciones para el desarrollo de los actores de la Economía Popular y Solidaria facilitando su acceso a los factores productivos, mediante la articulación de políticas, normas y acciones que impulsan y ejecutan las Instituciones del Estado, los Gobiernos Autónomos Descentralizados, las Organizaciones Sociales, las Universidades y la Comunidad.
- Generar oportunidades y espacios para el fortalecimiento y dinamización de los procesos de producción, distribución, circulación, financiamiento, comercialización y consumo de bienes y servicios de los actores de la Economía Popular y Solidaria. (IEPS Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2015)

Las actividades que realiza el IEPS, entre otras, podemos nombrar:

- Fortalecimiento Organizativo
- Desarrollo Productivo
- Intercambio y Mercados
- Gestión del Conocimiento

El IEPS ofrece apoyo a los actores de la EPS en:

- Formación y Fortalecimiento de Actores: proceso que impulsa la participación, educación, formación y organización de los diferentes actores, con enfoque de equidad, derechos, transparencia y eficiencia en el manejo de los recursos económicos, sociales, culturales y ambientales.
- Intercambio y Mercado: Ferias inclusivas
- Desarrollo Productivo: Genera las condiciones para fomentar la economía popular y solidaria a través de programas y proyectos que permitan a las personas y

organizaciones de este sector obtener recursos productivos que enlacen los emprendimientos a los circuitos económicos. Esta dirección apoya e impulsa los proyectos productivos con asistencia técnica y financiera en todas las etapas

- Circuitos Productivos:
- Buena Manufactura: Programa "Hilando el Desarrollo": Confecciones, Calzado, Productos de Madera y Metalmecánica.
- Buen Alimento: Ferias Solidarias, Ferias Ciudadanas y Centro Infantiles del Buen Vivir CIBV"s
- Buen Servicio: Programa "Socio Vulcanizadora". Además agrupa a organizaciones que brindan el servicio de limpieza, alimentación (catering), mensajería y mantenimiento (plomaría, albañilería, electricista y otros)
- Oferta Financiera: Por medio de Cooperativas y el BNF. (IEPS Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2015)

2.1.2 Diseño de la Investigación

Para este proyecto se utilizará el método de investigación descriptiva, que consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres, actitudes predominantes y comportamiento de una población. Mediante este método se recogerán datos necesarios, se procesarán los mismos y se obtendrán resultados que serán analizados a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento y solución del problema. El fin de este método permite utilizar todas las herramientas necesarias para obtener un análisis más minucioso del problema, con lo cual se crearán las estrategias y ofrecerán soluciones prácticas para lograr satisfacer a nuestros futuros y posibles clientes. La toma de datos para la investigación se realizará por medio de la Entrevista, la cual estará dirigida a nuestro segmento principal, el sector operativo en la zona EPS, catering. Las entrevistas se realizarán en las asociaciones que se encuentran registradas en la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria, las mismas que según datos recolectados en la página web son 3 las registradas en el sector. (Deobold, 2006)

2.1.3 Mercado Objetivo

El mercado objetivo es el segmento del mercado al que un producto o servicio en particular está dirigido.

El servicio de catering pretende satisfacer la necesidad que tienen las personas naturales o jurídicas que requieran de este servicio para la atención de los eventos o programas que organizan. Nuestro proyecto está direccionado hacia este tipo de empresas que se encuentren enmarcadas dentro del sector de economía popular y solidaria.

2.1.4 Servicio

El proyecto se encuentra enfocado a la creación de un sistema logístico para las asociaciones ya formadas y reconocidas por la SEPS y que ofrecen el servicio de catering, sin embargo podrá ser aprovechado por aquellas personas naturales o jurídicas que oferten este servicio.

La creación de este sistema está orientada a mejorar los procesos logísticos y el servicio que prestan actualmente estas asociaciones y lograr un mejor grado de satisfacción de los clientes.

2.2 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.2.1 Logística

La palabra logística etimológicamente proviene del término “logistikos”, término usado en el siglo VII antes de Cristo, que a su vez significa “diestro en el cálculo” o “saber calcular”. En Grecia en el año 489 antes de Cristo, ya se usaba la palabra logística, y esta definía el “hacer algo lógico”. La primera concepción de la logística moderna se le atribuye al barón Antoine-Henri Jomini, quien en su texto Précis de l'art de la guerre (compendio del arte de la guerra), hace referencia a una teoría de abastecimiento y distribución de tropas y estrategia de guerra. (Salazar, 2008)

La logística es "una función operativa importante que comprende todas las actividades necesarias para la obtención y administración de materias primas y componentes, así como el manejo de los productos terminados, su empaque y su distribución a los clientes". (Ferrel, 2007)

La logística es "el proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas, de las existencias en proceso y de los bienes terminados del punto de origen al de consumo". (Lamb, 2007)

En síntesis, se puede adoptar la siguiente definición de logística para conocer y describir de una forma amplia y precisa lo que es la logística en el contexto empresarial:

"La logística es una función operativa que comprende todas las actividades y procesos necesarios para la administración estratégica del flujo y almacenamiento de materias primas y componentes, existencias en proceso y productos terminados; de tal manera, que éstos estén en la cantidad adecuada, en el lugar correcto y en el momento apropiado".



Fuente: libro “La Logística en la Empresa”, José María Castán, 2013

Importancia de la logística

La importancia de la logística viene dada por la necesidad de mejorar el servicio a un cliente, mejorando la fase de mercadeo y transporte al menor costo posible, algunas de las actividades que puede derivarse de la gerencia logística en una empresa son las siguientes:

- Aumento en líneas de producción.
- La eficiencia en producción, alcanzar niveles altos.

- La cadena de distribución debe mantener cada vez menos inventarios.
- Desarrollo de sistemas de información.

Estas pequeñas mejoras en una organización traerán los siguientes beneficios.

- Incrementar la competitividad y mejorar la rentabilidad de las empresas para acometer el reto de la globalización.
- Optimizar la gerencia y la gestión logística comercial nacional e internacional.
- Coordinación óptima de todos los factores que influyen en la decisión de compra: calidad, confiabilidad, precio, empaque, distribución, protección, servicio.
- Ampliación de la visión Gerencial para convertir a la logística en un modelo, un marco, un mecanismo de planificación de las actividades internas y externas de la empresa. (Bustamante, 2010)

2.2.2 Tipos de Logística

Logística Empresarial

La logística empresarial es la encargada de gestionar la cadena de suministro o supply chain en inglés, o sea, garantizar que el flujo de los recursos de la empresa esté de la forma más rápida y rentable; en la cantidad, lugar y momento adecuados. (Portugal, 2010)

La cadena de suministro o supply chain que la logística gestiona comienza su flujo: Desde el envío de los productos y /o servicios de los proveedores, Hacia las bodegas o almacenamientos, para luego proceder a la distribución de los productos finales al punto de uso o consumo. (Villegas, 2009)

El flujo desde el proveedor hasta el punto de consumo final se llama forward logísticos o 'logística hacia adelante'. El proceso inverso se llama reverse logistics o 'logística inversa'. (Portugal, 2010)

Logística de aprovisionamiento

Se entiende por aprovisionamiento el conjunto de actividades que desarrollan las empresas para asegurar la disponibilidad de los bienes y servicios externos que le son necesarios para la realización de sus actividades. (Villegas, 2009)

Es la actividad que permite que el producto se encuentre disponible en el sistema logístico, le concierne a la selección del proveedor las cantidades que van a ser adquiridas, periodos de compras y la forma en que el producto es adquirido. Esta actividad es importante ya que incluye decisiones de tipo geográfico y dimensiones de tiempo que afectan los costos logísticos. Adquisición no se debe confundir con compra ya que esta última incluye más actividades y detalles.

La gestión de aprovisionamiento tiene gran importancia en la logística, porque:

- Impacta no solo en los costos, sino también afecta la calidad del producto y el servicio al cliente.
- La reducción de gastos y costos en esta área aportan grandemente en la maximización del beneficio en el sistema logístico.

La gestión de aprovisionamiento presenta un gran potencial de mejora.

A continuación se listan los principales objetivos de la Gestión de aprovisionamiento:

- Mejorar el flujo continuo de materiales y así mejorar la calidad
- Mantener unas normas de calidad adecuadas
- Adquirir productos de acuerdo a las especificaciones o necesidades de la Empresa
- Gestionar de forma efectiva los inventarios de mercancía o materiales
- Encontrar y mantener proveedores confiables y competentes
- Mantener relaciones gana-gana con los proveedores (Aragón, 2014)

Método FIFO

El método FIFO (First in, first out), también conocido como PEPS (Primeras en Entrar Primeras en Salir), se basa en que aquellas mercaderías que ingresaron primero, son aquellas mercaderías que deben salir primero

El método FIFO o PEPS se encuentra reconocido en las NIIF Completas y las NIIF para PYMES, y por lo tanto puedes aplicar en tu contabilidad. (Charco, 2015)

Logística de producción

Etapa de proceso logístico que planifica, implementa y controla, de manera eficaz y eficiente, la transformación de entradas (materias prima, insumos, información) en salidas (producto terminado, servicio). (Triana, 2013)

La logística de producción se encarga de actividades específicas de planta, el manejo de los materiales involucrados en los procesos productivos, así como las cargas de trabajo para la maquinaria, mantenimiento de las mismas y el control de la producción. (Villegas K., 2006)

Logística de distribución

En concreto, la logística de distribución se relaciona con la función que permite el traslado de los productos finales (ya sean bienes o servicios) y los pone a disposición del cliente. El canal de distribución es el que posibilita que el usuario obtenga el producto en el lugar, tiempo y cantidades adecuadas. (Barragan, 2005)

La distribución física y sus funciones

Para que la distribución física cumpla su objetivo principal (el traslado físico del producto desde la fábrica hasta el consumidor final) tiene que poner en práctica una serie de funciones:

- Estimación de la demanda. La logística de distribución será eficaz si pone a disposición del mercado los productos que éste demanda, en el momento y cantidad precisos.
- Procesamiento de pedidos. Hace referencia al conjunto de actividades relativas al tratamiento de las órdenes de compra.
- Gestión de almacén. Es indispensable llevar un control de las entradas y salidas de los productos en el almacén.
- Embalaje. Es el procedimiento destinado a la conservación y protección de los productos.
- Transporte del producto. En esta función se incluye la carga y descarga del mismo, así como el plan de ruta a poner en marcha para trasladarlo hasta su destino.

Gestión de cobros. Determinar las personas que atenderán al cliente, a la vez que le entregan el producto y proceden a su cobro. (Retos en Supply Chain, 2012)

2.2.3 Cadena de Suministros

Una cadena de suministro es una red de instalaciones y medios de distribución que tiene por función la obtención de materiales, transformación de dichos materiales en productos intermedios y productos terminados y distribución de estos productos terminados a los consumidores. (Rodes, 2005)

Dicho esto la cadena de suministro engloba los procesos de negocio, las personas, la organización, la tecnología y la infraestructura física que permite la transformación de materias primas en productos y servicios intermedios y terminados que son ofrecidos y distribuidos al consumidor para satisfacer su demanda. (Rodes, 2005)

Fases de la cadena de suministro

En la medida en que, tanto proveedores como clientes, trabajen de una manera integral, utilizando herramientas innovadoras y estableciendo constantes relaciones de comunicación, el producto o servicio podrá llegar al consumidor de forma más eficaz y efectiva. A continuación, detallamos las fases de esta cadena:

- ▶ Suministro. Consiste en cómo, cuándo y dónde se obtienen las materias primas, con el objeto de poder pasar a la fase de transformación.
- ▶ Fabricación. Convierte las materias primas en productos terminados. Mientras más bajos sean los costos de producción, más barato será el producto.
- ▶ Distribución. Traslada el producto final hasta los comercios, factorías y lugares de venta para que pueda ser adquirido por el consumidor. (Ballou, 2013)

2.2.4 Sistema Logístico

Conjunto interrelacionado de recursos, procedimientos y métodos que permiten el sostén logístico. Su misión es hacer interactuar de manera ordenada a los recursos logísticos para alcanzar de manera efectiva los objetivos previstos. (Dávila, 2013)

La definición de distribución o logística se ciñe a la gestión del flujo de materiales (materias primas, componentes, subconjuntos, productos acabados y suministros) y personas asociadas al proceso de distribución o logístico de una empresa. Desde otra aportación, “la logística congregaría los ejercicios de planificación, organización y control del conjunto de actividades de movimiento y almacenamiento que facilitan el flujo de materiales y productos desde la fuente al consumo, para satisfacer la demanda al menor coste, incluidos los flujos de información y control”. La traducción de este concepto se asocia al tradicional contexto de la distribución donde se afirma que el producto adquiere su valor cuando el cliente lo recibe en el tiempo, en la forma adecuada y al menor costo posible. (Dávila, 2013)

La forma más directa y clara de comprender la logística es definiéndola a través de las actividades que la constituyen o conforman. Y si de ello se trata, la mejor forma de hacerlo es manifestando que la logística se ocupa del suministro y gestión de materias primas e insumos, como de la distribución de productos o servicio, haciéndose cargo para ello de temas tales como el transporte, el procesamiento de pedidos, las compras, la planificación de productos, el empaquetamiento de protección, el almacenamiento, el tratamiento de los productos y mercancías y el almacenamiento de información. (Dávila, 2013)

2.2.5 Sistema de Atención al Cliente

Los términos sistemas de atención al cliente y sistemas administrativos se usan por lo general para describir las partes de una empresa (o de su sistema de información) que se dedican a la relación directa con el cliente y a la administración adecuada de la empresa, respectivamente. (Definición abc, 2015)

Los sistemas de atención al cliente (a veces también llamados primera línea) se refieren a la parte frontal de la empresa, visible para los clientes y en contacto directo con ellos, por ejemplo los equipos de marketing, de soporte al usuario o de servicio post-venta. (Toscano, 2005)

A su vez, los sistemas administrativos hacen referencia a todas las partes del sistema de información a las que el usuario final no tiene acceso. Por lo tanto, el término abarca todos los procesos internos de la empresa (producción, logística, almacenamiento, ventas, contabilidad, gestión de recursos humanos, etc.). (Toscano, 2005)

En realidad, los sistemas administrativos y de atención al cliente no están completamente separados ya que quienes están a cargo de la relación con el cliente deben tener un mínimo de información sobre el aprovisionamiento y el proceso de producción o de suministro del servicio de la empresa. (Toscano, 2005)

2.2.6 La Actividad de Catering

En el mundo de la hostelería, el catering no es más que una de las líneas de negocio que todo establecimiento puede abordar, esto se debe a que cuenta con los requisitos primordiales para la organización de un evento, pues cuenta con el equipo necesario, el personal requerido y calificado para desempeñar el papel de organizador y creador de eventos. Si bien es cierto que en la hostelería existe un departamento de catering, fuera de este existen varias empresas a nivel global que se destacan por ofrecer este tipo de servicio, sea cual sea el caso ambas poseen el mismo funcionamiento, solo se diferencian en cuanto a la organización y obligaciones. (Carrasco, 2003)

Este servicio de catering suele dar cobertura a servicios para un gran número de comensales, por el que su organización es de vital importancia para el éxito del evento o cualquiera que sea la situación por la que se solicitó este servicio, pues pertenece a la denominada “restauración colectiva”. Tanto empresas o departamentos de catering ofrecen sus servicios a distancia, pero es indispensable para su funcionamiento que tengan una instalación fija, para llevar a cabo en lo que se refiere a producción, organización y atención a clientes, con el fin de brindarles un mejor servicio a nuestros posibles clientes. (Carrasco, 2003)

Para comercializar de forma exitosa el producto/servicio de una empresa de este tipo se toma en cuenta los siguientes aspectos fundamentales:

- a. **Imagen de la empresa:** definir la actividad, ofertas que se van realizar y a que segmento poblacional está dirigido; además de diseñar una estrategia para la imagen de la empresa, es decir; logo, eslogan, colores que identificaran al negocio, uniformes, todo elemento necesario que sirva de diferenciación con la competencia, es un punto a favor de la empresa que esta por crearse.
- b. **Canales de distribución:** con esto nos referimos a los medios que se utilizan para dar a conocer la empresa, además de los lugares u opciones con la que se tenga contacto para realizar eventos en estas, todo con el fin de tener diversas opciones que ofrecer a clientes; este tipo de negocio ofrece soluciones a clientes en el servicio de alimentación, bebidas y lugares.
- c. **Política de Precios:** un consejo útil para el éxito de una empresa, es siempre saber lo que ofrece la competencia y buscar los medios de superar a la misma; es por eso que no está demás buscar o investigar los precios y servicios que ofrece la competencia que se encuentre dentro y fuera del sector. En el caso de no poder competir con los precios de la competencia, se opta por encontrar un elemento diferenciador que justifique los precios, como exclusividad, tematización y calidad de un producto en especial, también las ofertas limitadas que se pueda ofrecer a clientes, servicios gratuitos o extras, etc.

- d. **Publicidad periódica:** definir cuáles serán las características propias y diferenciales de la empresa, así como también establecer cuáles serán los clientes potenciales según estos se creara una campaña publicitaria dirigida a los mismos. (Kinton, 2013)

2.2.7 La Economía Popular y Solidaria

Las principales características de este nuevo sistema económico que se pretende implementar en el país; donde el Estado no sólo reconoce, sino que sitúa como líderes y eje central de sus políticas a los actores de la ‘Economía Popular y Solidaria’. (Coraggio, 2014)

“El sistema económico se integrará por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, y las demás que la constitución determine. La economía popular y solidaria se regulará de acuerdo con la ley e incluirá a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios”. **¿Quiénes conforman este tercer sector de la economía llamada economía popular?**

“La economía popular es el conjunto de actividades económicas y prácticas sociales desarrolladas por los sectores populares con miras a garantizar, a través de la utilización de su propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles, la satisfacción de las necesidades básicas, tanto materiales como inmateriales”. Por lo general la conforman quienes nunca pudieron ingresar al mundo del trabajo asalariado, quienes enfrentan un desempleo estructural o los trabajadores que debido a sus bajos salarios, buscan en el trabajo por cuenta propia (individual o asociativa) el complemento de sus ingresos. Se cuenta únicamente con la propia fuerza laboral, la cual no es intercambiada por un salario. Incluye trabajadores familiares, domésticos y autónomos. (Coraggio, 2014)

La base de la economía popular es la unidad doméstica (hogares), que incluye:

- Las familias y comunidades, que organizan su trabajo en función de sus necesidades, dando prioridad al trabajo para el autoconsumo.
- Las extensiones de la unidad doméstica, que incluye los micro-emprendimientos por cuenta propia, familiar o asociativa, que producen para la venta en el mercado.

Además de diversas asociaciones entre unidades domésticas o algunos miembros de las mismas para resolver mejor la producción, comercialización, crédito, infraestructura productiva, hábitat, etc. (Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, 2015)

Esto quiere decir, que todas las formas de organización de la economía popular tienen como sentido la producción de bienes y servicios para el propio consumo de sus miembros o familiares, la obtención de ingresos para el gasto de consumo mediante la contratación directa de su fuerza de trabajo o la producción de bienes y servicios para su venta en el mercado.

La Economía Popular es la principal prioridad y la base socioeconómica para avanzar hacia un subsector de Economía Popular y Solidaria (EPS), piso socioeconómico de una Economía Social y Solidaria (ESS). (Rocero, 2013)

Una ESS pretende un desarrollo económico en una sociedad justa y equilibrada, basada en principios de solidaridad, valores humanos, y accionar colectivo. “Más allá de las iniciativas económicas cuyo objetivo inmediato es la creación de ingresos, en las actividades de la economía popular se encuentran las acciones espontáneas de solidaridad entre familiares, vecinos y amigos; además de las acciones colectivas organizadas en el ámbito de la comunidad, que tienen como meta una mejor calidad de vida.” Recogiendo estas acciones espontáneas de solidaridad, se busca que los actores de la economía popular se agrupen en formas de organizaciones cooperativas, asociativas y comunitarias. Y que de esta manera, resuelvan sus necesidades a partir de su propio trabajo. (Rocero, 2013)

La mayoría de países latinoamericanos no tienen una sociedad justa, lo que se ve reflejado en los altos desequilibrios sociales que presentan. Estudios realizados por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), indican que América Latina y el Caribe “conforman la región más desigual del mundo. De acuerdo al último estudio realizado en el 2010, 10 de los 15 países más desiguales del mundo pertenecen a la región. La ESS busca reducir dichas brechas y erradicar los niveles de pobreza a través de la economía popular, y específicamente por medio de la EPS. (Coraggio, 2014)

La ESS busca lograr una inserción económica y social de los excluidos de la economía, sobre todo de los más pobres. Desde la gente que vive en extrema pobreza, el pequeño agricultor que siembra para el autoconsumo de su familia, el trabajador autónomo que utiliza su propia fuerza laboral para satisfacer las necesidades básicas de su hogar, etc. Se busca lograr esta inserción a través de su propia fuerza de trabajo, generando ellos mismos los bienes que satisfagan sus necesidades primordiales, y el excedente para que sea vendido en el mercado. Pero esta inserción no sería de forma individual, sino de manera colectiva; logrando una transición progresiva de los productores de la economía popular a las formas de organización solidaria. Mediante estas asociaciones se busca que sus miembros potencien sus capacidades, socialicen sus conocimientos, logren mejores niveles de eficiencia productiva y especialización. (Coraggio, 2014)

El Estado tiene un rol fundamental en las etapas iniciales del desarrollo de la EPS, debiendo crear un adecuado marco legal y estableciendo los lineamientos respectivos para su constitución. Es por esto que a mediados del 2011, la Asamblea Nacional aprobó la “Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria y del Sistema Financiero Popular y Solidario”, cuyo reglamento se expidió en Febrero del 2012. Adicionalmente, en días pasados fue nombrado el primer Superintendente de la Economía Popular y Solidaria; por lo que podemos observar que de a poco se va forjando una debida institucionalidad para su desarrollo. (Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, 2015)

El Estado, a través de sus ministerios o instituciones encargadas, “busca impulsar las iniciativas de organización cooperativa, asociativa y comunitaria sinérgica de los propios recursos y capacidades de los actores de la EPS, para resolver sus necesidades mediante la producción social y ecológicamente responsable de bienes y servicios necesarios para la convivencia social, comercializados a precios justos y generando excedentes económicos que sean reinvertidos en la sociedad y en su localidad”. (Ministerio Coordinador de Política Económica, 2015)

En nuestro país existe el Instituto Nacional de Economía Popular y Solidaria, entidad adscrita al Ministerio de Inclusión Económica y Social, cuya misión es: “proponer y ejecutar políticas, impulsar programas y proyectos, desarrollar estudios y articular los

circuitos económicos que fortalezcan las capacidades de las organizaciones y actores de la Economía Popular y Solidaria”. Dentro de sus objetivos estratégicos se encuentran:

- **Crear capacidades** para que los actores de la Economía Popular y Solidaria se consoliden como sujetos económicos-sociales-políticos que participan en el nuevo régimen del Buen Vivir.
- **Crear las condiciones** para el desarrollo de los actores de la Economía Popular y Solidaria facilitando su acceso a los factores productivos, mediante la articulación de políticas, normas y acciones que impulsan y ejecutan las Instituciones del Estado, los Gobiernos Autónomos Descentralizados, las Organizaciones Sociales, las Universidades y la Comunidad.
- **Generar oportunidades** y espacios para el fortalecimiento y dinamización de los procesos de producción, distribución, circulación, financiamiento, comercialización y consumo de bienes y servicios de los actores de la Economía Popular y Solidaria. (IEPS Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2015)

Esta institución busca materializar sus políticas públicas y estrategias de acción mediante “Programas Emblemáticos”. Los mecanismos de fomento y desarrollo de los sectores y subsectores priorizados, se encuentran condensados en estos Programas Emblemáticos. El sector de la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca conforma el Buen Alimento. El sector de turismo compone el programa del Buen Turismo. (IEPS Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2015)

El sector de la manufactura compone el programa de La Buena Manufactura. El sector de la construcción, el programa del Buen Hábitat. El sector de los servicios, el Buen Servicio. A su vez, cada uno de estos programas cuenta con subsectores priorizados, sobre los cuales se enfocan estos programas. (IEPS Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2015)

Los Programas Emblemáticos buscan fortalecer cada tramo del proceso productivo: producción, agregación de valor, comercialización, financiamiento y consumo, con la finalidad de garantizar la realización integral del proceso productivo en cada territorio; y así, dinamizar y desarrollar el aparato productivo local y nacional mediante el impulso de las vocaciones productivas, la reducción de los márgenes de intermediación

especulativa de insumos, productos y servicios, el comercio justo, el fortalecimiento de patrones y hábitos de consumo saludables de los actores de la EPS. (IEPS Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2015)

Es de suma importancia el involucramiento del Estado en las fases de despliegue, generando las bases adecuadas para que los actores de la EPS puedan llegar a realizar cualquier proceso productivo con eficiencia, calidad y competitividad sistemática, para que posteriormente logren interactuar en condiciones dinámicas y equilibradas con la economía pública y privada. El apoyo técnico (fomento asociativo y organizativo, capacitación técnica-administrativa) y el apoyo financiero (a través de la banca pública) son fundamentales para la consecución de los objetivos planteados.

No es cuestión de que el Estado mantenga o subsidie a través de bonos o ayudas a los más pobres. Esto sólo sirve de paliativo en el corto plazo, generando dependencia, e incluso conformismo. No los sacará de su condición ni a ellos ni a sus futuras generaciones. El Estado debe otorgar las condiciones y herramientas necesarias para que estas personas puedan valerse por sí mismas, se integren al sistema económico del país, sean autosuficientes, y en un mediano plazo, generen excedente económico que pueda ser vendido en el mercado y así contribuir al desarrollo del país. Un tema fundamental: la capacitación, y la socialización del conocimiento en las comunidades o asociaciones.

Pero todo esto dentro del ámbito de una economía social y solidaria, donde la economía popular es ampliamente reconocida e integrada. Sencillamente es otro modelo económico, con otro enfoque; donde el sector prioritario, y a donde están enfocadas la mayoría de políticas públicas, es hacia la llamada “base de la pirámide”.

Es aquella que agrupa a las actividades asociativas y a los movimientos sociales que coinciden en los siguientes principios y características: la organización o empresa tiene por finalidad servir a sus asociados o a su entorno más que generar beneficios u orientarse al rendimiento financiero; tiene autonomía de gestión; integra en sus estatutos y en sus formas de hacer un proceso de decisión democrático; defiende la primacía de las personas y del trabajo sobre el capital en el reparto de sus excedentes; funda sus actividades en los principios de participación, del hacerse cargo y de la responsabilidad individual y colectiva. Se debe definir al sistema económico como un conjunto de

estructuras en interacción, sólo pueden aspirar a la denominación de sistema aquellos que comprendan la totalidad de la acción socioeconómica. De otra manera, hablaríamos de un subsistema. (IEPS Instituto de Economía Popular y Solidaria, 2015)

Los sistemas económicos no alcanzan el carácter de tal si no generan una base jurídico-formal, mediante la creación de un proyecto sustentable que determine el régimen de propiedad al que se han de referir y si, al mismo tiempo, crear las formas de acción política que han de definir la participación de la comunidad en la toma de decisiones.

El impulsar proyectos sustentables mediante la creación de un servicio de catering en el cantón Riobamba, dispone de una concepción totalizadora y de instrumentos efectivos para tener un control adecuado de las decisiones en cuanto a las formas de servicio o producción y, al iniciar, la creación de este proyecto analizaremos los problemas y sus antecedentes dentro del sistema en el que actúa y en función de las estructuras del mismo.

Es sabido que el objetivo de la economía popular fundacional ha sido mejorar las condiciones de vida de sus miembros pero –a pesar de la aspiración de los pioneros– no ha pensado, contemporáneamente, en la sustitución paulatina de los sistemas vigentes. Un “modelo” sustituto, supondría dar respuesta a lo que el colombiano Antonio García definía como un sistema nacional de vida y que debería reunir las siguientes características:

- ▶ Una teoría científica-social de la comunidad como realidad singular e histórica.
 - ▶ Un proyecto de vida, hacia el que ha de apuntar toda forma de ordenamiento social.
- (Portnoy, 1979)

Resulta imprescindible manifestar que es el sector cooperativo, como actor de la economía popular y solidaria, que, pese a las limitaciones en cuanto a políticas públicas, mayor desarrollo y posicionamiento ha obtenido. En este marco vale señalar que, al final de los años 90, el sistema financiero ecuatoriano terminó debilitado, especialmente la banca que enfrentó una profunda crisis de confianza, producto de su fragilidad a shocks internos y externos a más de su incompetencia y altos niveles de corrupción. En ese mismo escenario, se reconoce el aporte de las cooperativas de ahorro y crédito, sobretodo, del sector rural, como sistemas eficientes de financiamiento que lograron no

sólo diversificar y ampliar sus servicios hacia la pequeña producción y población pobre, sino experimentar un sistemático crecimiento en casi todos sus indicadores financieros; mostrándose como referentes válidos en tiempos de crisis y para el desarrollo local. Por cierto, su crecimiento y desarrollo se fundamenta en gran medida en razones inherentes a las identidades que la conforman y sobre las cuales se basa su institucionalidad. Tienen una enorme acogida porque nacen de las mismas localidades, son administradas por la gente del lugar y controladas por la misma comunidad, generando con ello un gran sentido de pertenencia, solidaridad y democracia. Tanto el sector de la economía popular y solidaria como el de finanzas populares y sólidos. (Coraggio, 2014)

2.3 HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

2.3.1 Idea a Defender

Mediante la creación y aplicación de este Sistema Logístico vamos a optimizar los procesos de aprovisionamiento, producción y distribución en las asociaciones de Catering, con una notable mejora en la atención al cliente.

2.4 VARIABLES

2.4.1 Variable Independiente

Sistema logístico

2.4.2 Variable Dependiente

Mejora continua de la Administración del negocio de catering de la economía popular y solidaria

CAPITULO III: MARCO METODOLÓGICO

3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Al hacer un análisis del propósito final de este trabajo de investigación de acuerdo con lo establecido en el planteamiento del problema, en su objetivo general y en los diferentes objetivos específicos, y considerando lo que señalan autores tales como Hurtado (2000), en relación con las diferentes modalidades de investigación, se ha llegado a la conclusión de que la presente indagación es de tipo proyectiva con base en un estudio de campo.

Según Hurtado (2000), la investigación proyectiva consiste en la elaboración de una propuesta o de un modelo como solución a un problema o necesidad de tipo práctico ya sea de un grupo social o una institución en un área particular del conocimiento a partir de un diagnóstico preciso de las necesidades del momento, los procesos explicativos o generadores involucrados y las tendencias futuras.

La investigación proyectiva sigue una adecuada planificación con la finalidad de llegar a proponer algo, en este caso una metodología. Va más allá de un simple análisis o descripción de una situación determinada, se podría decir que utiliza ese análisis para poder soportar y justificar la propuesta que se va a hacer.

De la definición dada por Hurtado en relación a la Investigación de tipo proyectiva, se desprenden los siguientes elementos indispensables que permiten identificarla.

- a. **Elaboración de una propuesta o modelo:** un primer elemento que permite identificar si una investigación es de tipo proyectiva o no, es el hecho que debe perseguir como último fin la proposición de un modelo o propuesta. En el caso específico de este trabajo, el objetivo general, es decir el fin último del mismo, es la proposición de una metodología para el diseño un proyecto de logística para las asociaciones de catering del sector de economía popular y solidaria, por lo tanto se cumple con esta primera condición de la investigación proyectiva.

- b. **Solución de un problema o necesidad:** es claro que el avance de las ciencias y la evolución de los aspectos administrativos, económicos y comerciales de las empresas e instituciones, independientemente del fin de las mismas, ha traído consigo la exigencia de resolver nuevos problemas y cubrir nuevas necesidades que han aparecido, optimizar tiempos en los procesos de las empresas (aprovisionamiento, producción, distribución) es clave para disminuir costos, incrementar el nivel de servicio y por ende la satisfacción al cliente. A este problema se pretende dar solución a través de este trabajo, cumpliéndose así de esta forma con la segunda condición indispensable para la realización de una investigación de tipo proyectiva.
- c. **Existencia de un grupo social:** El tercer elemento que se encuentra inmerso en el concepto dado por Hurtado en relación a la investigación en referencia, es la existencia de un grupo social que se vea afectado por un problema a solucionar. En el caso específico de este trabajo, el grupo social al cual se refiere el mismo está claramente delimitado: las asociaciones de catering del sector de economía popular y solidaria. De esta forma se cumple con la presencia del tercer elemento de la definición de investigación proyectiva, la presencia de un grupo social o institución respecto del cual se ha detectado una problemática específica.

Por último, otro aspecto que es importante resaltar acerca de la investigación de tipo proyectiva, y que también justifica su escogencia, es el hecho que la misma no implica necesariamente la ejecución de la propuesta. Se proporciona una metodología para llevar a cabo el diseño de un proyecto logístico y se establece las ventajas que traerá consigo su implementación, pero escapa a las posibilidades de las investigadoras su ejecución. (Urtado, 2014)

Por otra parte y tomando en cuenta lo establecido, se determina que la investigación a que se refiere el presente trabajo es de campo.

Las investigaciones de campo también presentan características fundamentales que permiten identificarlas, tales como:

- a. **Análisis sistemático de un problema:** El problema al cual se le pretende dar una solución es analizado tomando en cuenta todos los aspectos del mismo y la interrelación que éste tiene con otros factores, tales como tecnológicos, sociales, económicos, legales, etc., es decir, se hace un estudio del todo en el cual se encuentra y de las relaciones que éste presenta, al igual que las causas y los efectos que el mismo tiene en su entorno.

- b. **Los datos son tomados directamente de la realidad:** en este sentido cabe señalar que se efectúa una recolección de datos en forma directa, es decir de los socios que conforman las organizaciones de catering de EPS, a través de instrumentos que permitieron recolectarlos de la forma más confiable, por lo que los datos con los que se desarrolló este estudio son originales o primarios. (Martins, 2012)

Por otro lado, se efectuó una revisión bibliográfica que permitió sustentar la propuesta resultante, lo cual no indica que la investigación es de tipo documental, ya que esto sólo sirvió de soporte para los resultados obtenidos a través de la investigación de campo.

3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para el presente trabajo utilizaremos aplicamos una investigación de tipo cualitativa.

El enfoque cualitativo, por lo común, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. A veces, pero no necesariamente, se prueban hipótesis. Con frecuencia se basa en métodos de recolección de datos sin medición numérica, como las descripciones y las observaciones. Por lo regular, las preguntas e hipótesis surgen como parte del proceso de investigación y éste es flexible, y se mueve entre los eventos y su interpretación, entre las respuestas y el desarrollo de la teoría. (Pérez, 2007)

El enfoque cualitativo, a veces referido como investigación naturalista, fenomenológica, interpretativa o etnográfica, es una especie de paraguas, en el cual se incluye una variedad de técnicas y estudios no cuantitativos.

En términos generales, los estudios cualitativos involucran la recolección de datos utilizando técnicas que no pretenden medir ni asociar las mediciones con números, tales como observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, inspección de historias de vida, análisis semántico y de discursos cotidianos, interacción con grupos o comunidades, e introspección. (Creswel, 1998)

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Una vez definidas las variables a estudiar tenemos que establecer cuál será la población a investigar. En algunos casos se trabaja con toda una población que es el conjunto formado por todos los elementos a estudiar, el cual puede llamarse conjunto completo. Otras veces no es posible trabajar con toda la población.

En nuestro caso, debido a que actualmente solo tres asociaciones de catering constan en el instituto de EPS y se encuentran laborando, nuestra muestra será el conjunto completo. A todo este conjunto realizaremos nuestra investigación.

3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Figura N° 2: Método cualitativo



Elaborado por: Las Autoras

Tabla N° 1: Modelo de Entrevista

ENTREVISTA				
Nombre de la Asociación:			N° de Socios	
Entrevistado:			Fecha:	
Dirección:				
Local de trabajo	Propio	Arrendado	Prestado	
Activos con los que cuentan:	-	-	-	
	-	-	-	
	-	-	-	
	-	-	-	
Tipo de comida que preparan	Refrigerios	Gourmet	Típica	De casa
Clientes:	Fijos		Ocasionales	
	-		-	
	-		-	
	-		-	
Proveedores:	Frutas y Vegetales	Abarrotes	Carnes	
	-	-	-	
	-	-	-	
	-	-	-	
Transportación	Materia Prima		Producto Terminado	
Procesos	Técnicos	<input type="checkbox"/>	Empíricos	<input type="checkbox"/>
Detallar Procesos				
Abastecimiento:				
Producción:				
Distribución:				

Elaborado por: Las Autoras

3.5 RESULTADOS

Número de Socios

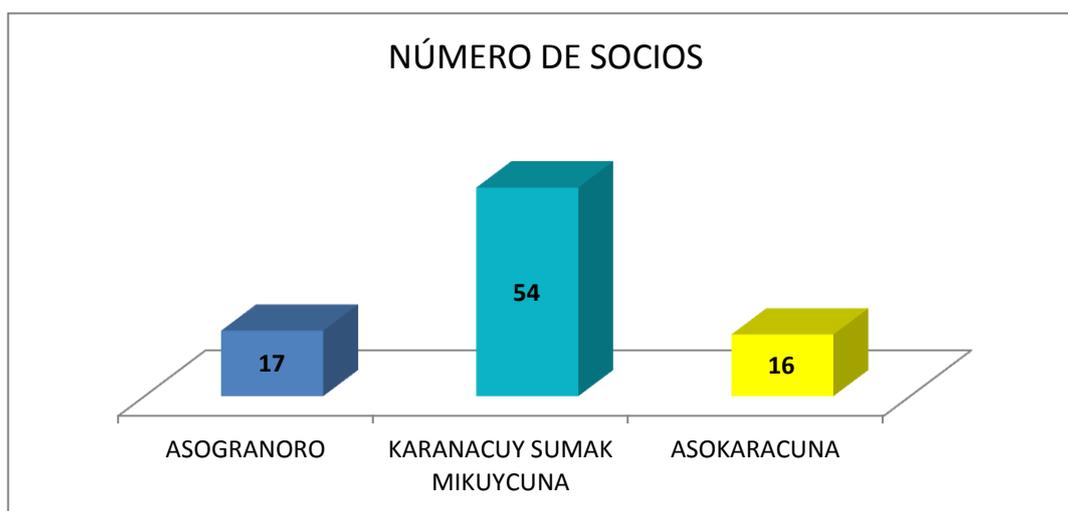
Tabla N° 2: Número de socios de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba

ASOCIACIONES	SOCIOS
Asogranoro	17
Karanacuy Sumak Mikuycuna	54
Asokaracuna	16

Fuente: Entrevista a los asociados

Elaborado por: Las Autoras

Figura N° 3: Número de Socios de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba



Fuente: Entrevista a los asociados

Elaborado por: Las Autoras

Interpretación.- Únicamente Karanacuy Sumak Mikuycuna tiene un número mayor de socios, las dos organizaciones restantes tienen pocos asociados. Dentro del sector de economía popular y solidaria se pretende que exista el mayor número de personas involucradas, puesto que uno de los principios en los que se fundamenta es que los intereses colectivos deben primar sobre los intereses individuales. El problema que se da en todas las asociaciones analizadas es que varios de los miembros de estas, no tienen una participación activa y por esta razón no se puede realizar pedidos en grandes

cantidades, no se llega a tomar decisiones en reuniones, y esto dificulta el crecimiento de las organizaciones.

Lugar de Trabajo

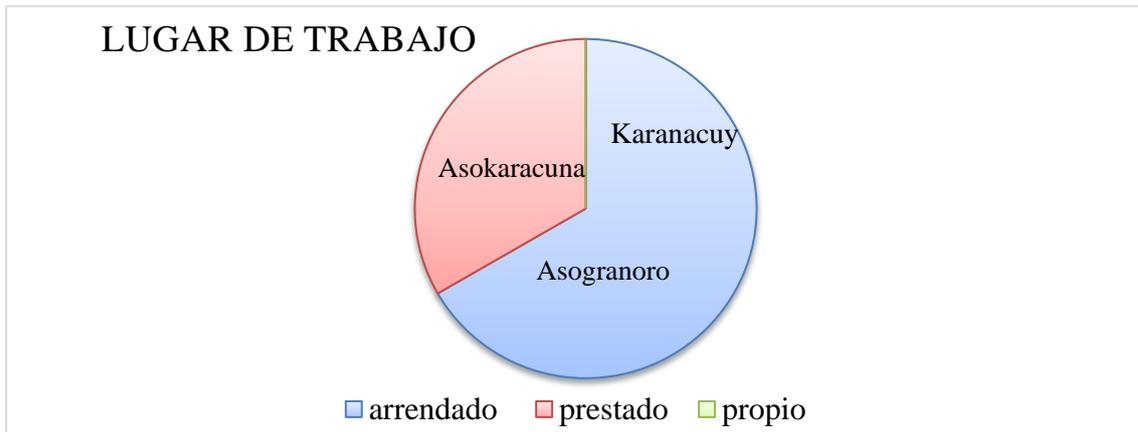
Tabla N° 3: Lugar de Trabajo de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba

	PROPIO	ARRENDADO	PRESTADO
Asogranoro		X	
Karanacuy sumak mikuycuna		X	
Asokaracuna			X

Fuente: Entrevista a los asociados

Elaborado por: Las Autoras

Figura N° 4: Lugar de Trabajo de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba



Fuente: Entrevista a los asociados

Elaborado por: Las Autoras

Interpretación.- Para realizar sus actividades la mayoría de las asociaciones tienen que arrendar un local, ya que no cuentan con el dinero suficiente para adquirir uno propio, una de ellas efectúa su trabajo en un local que es prestado por una de las socias porque no dispone de los recursos necesarios para arrendar un local. Se pudo observar que los locales no cuentan con la infraestructura y seguridad adecuada para el funcionamiento de las organizaciones.

Activos

Tabla N° 4: Activos de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba

	ASOGRANORO	KARANACUY SUMAK MIKUYCUNA	ASOKARACUNA
Cocinas	1	1	1
Cocinas industriales	3	1	0
Licuadoras	2	1	1
Refrigeradoras	1	1	1
Microondas	1	1	0
Ollas	10	6	5
Vajillas	5	3	3
Juegos de cubierto	25	15	15
Utensilios de cocina	15	10	8
Batidoras	2	1	1
Estanterías	2	1	1
Alacenas	2	0	0
Mantelería	2	1	1

Fuente: Entrevista a los asociados

Elaborado por: Las Autoras

Interpretación.- Los activos que posee la empresa simbolizan los recursos que los dueños tienen para el desarrollo de la actividad productiva de la entidad y como resultado de las operaciones diarias que en el futuro le traerá beneficios económicos.

Las Asociaciones cuentan con una capacidad instalada básica para realizar sus actividades, ya que al momento no están entregando pedidos grandes y de esta manera pueden surtir sus pedidos y preparar diferentes tipos de comida.

Cada una de las socias han aportado con uno o varios utensilios de cocina para poder cumplir sus tareas, o se encargan de llevar sus artefactos el día que van a ser utilizados.

Tipos de Comida

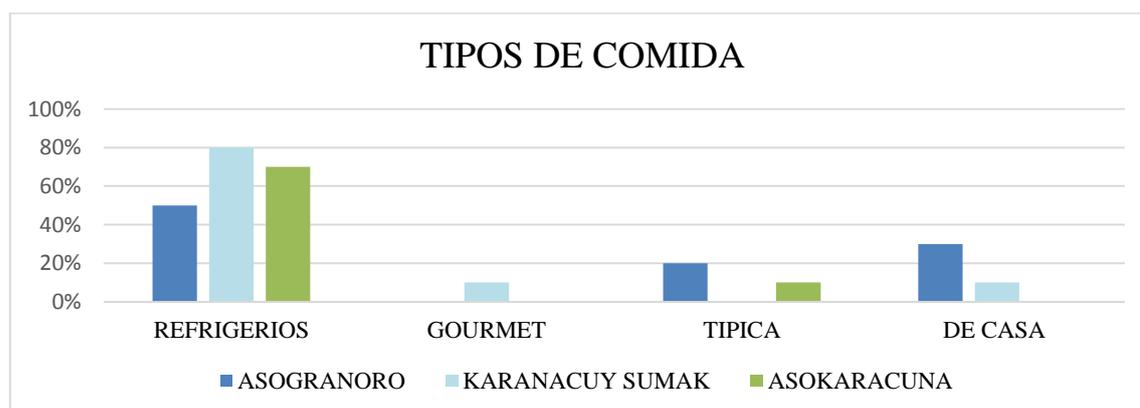
Tabla N° 5: Tipos de comida de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba

ASOCIACIONES	REFRIGERIOS	GOURMET	TÍPICA	DE CASA
Asogranoro	50%		20%	30%
Karanacuy Sumak Mikuycuna	80%	10%		10%
Asokaracuna	70%		10%	20%

Fuente: Entrevista a los asociados

Elaborado por: Las Autoras

Figura N° 5: Tipos de comida de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba



Fuente: Entrevista a los asociados

Elaborado por: Las Autoras

Interpretación.- Los tipos de comida que ofrecen las asociaciones son cuatro: refrigerios, gourmet, típica y comida de casa. Siendo los refrigerios los más preparados por las Asociaciones ya que en este momento cuentan con contratos para elaborar dichos platos en guarderías escuelas colegios etc.

Los demás tipos de comida se realizan de manera ocasional cuando tienen otros tipos de contratos, en algunas de ellas no se ofrecen comidas gourmet o típica se debe a que no tienen un chef formando parte de su entidad.

Clientes

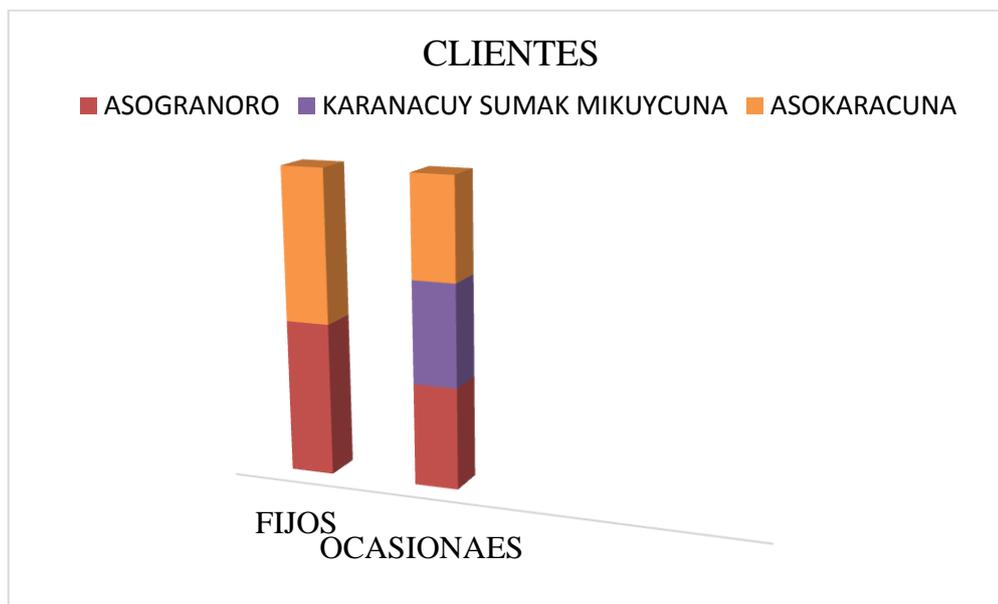
Tabla N° 6: Clientes de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba

ASOCIACIONES	FIJOS	OCASIONALES
Asogranoro	Unidad Educativa Guano	Eventos IEPS, Ministerio de Justicia
Karanacuy Sumak Mikuycuna		CIBV's Sembradores de Ilusiones Chambo
Asokaracuna	CIBV's Sembradores de Ilusiones Chambo	Eventos IEPS, Municipios, diferentes Instituciones

Fuente: Entrevista a los asociados

Elaborado por: Las Autoras

Figura N° 6: Clientes de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba



Fuente: Entrevista a los asociados

Elaborado por: Las Autoras

Interpretación.- Los clientes son personas u organizaciones que realiza una compra en nuestro caso es un servicio el que las asociaciones brindan.

Dos de las tres Asociaciones entrevistadas tienen clientes fijos y ocasionales estos clientes son instituciones que pertenecen al gobierno, las asociaciones para conseguir contratos se dan a conocer a través de tarjetas, no tienen otro medio para que la ciudadanía conozca de ellas su trabajo y de esta manera puedan obtener mayores

ingresos mientras tanto una de ellas cuenta solo con clientes ocasionales, esto se debe a q no se encuentran con un contrato estable dentro del IEPS Instituto de Economía Popular y Solidaria.

Se busca que todas las Asociaciones inscritas en IEPS puedan contar con un contrato fijo, estabilidad económica y mejorar la calidad de vida sus socios.

Proveedores

Tabla N° 7: Proveedores de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba

ASOCACIONES	FRUTAS Y VEGETALES	ABARROTES	CARNES
Asogranoro	<ul style="list-style-type: none"> Productores sector EPS 	<ul style="list-style-type: none"> Organiacion del MAGAP(Ñukanchic) Coorporacion de Produccion Y comercializacion Agropecuaria Gonzol 	<ul style="list-style-type: none"> Tiendas de barrio
Karanacuy Sumak Mikuycuna	<ul style="list-style-type: none"> Canasta Utopia 	<ul style="list-style-type: none"> Tiendas de barrio Dicosavi 	<ul style="list-style-type: none"> Mercado mayorista rbb
Asokaracuna	<ul style="list-style-type: none"> Mercado mayorista rbb 	<ul style="list-style-type: none"> Dicosavi 	<ul style="list-style-type: none"> Mercado mayorista rbb

Fuente: Entrevista a los asociados

Elaborado por: Las Autoras

Interpretación.- Un proveedor puede ser una persona o una empresa que abastece a otras empresas con existencias (artículos), los cuales serán transformados para venderlos posteriormente. Las Asociaciones no tienen proveedores fijos que les entreguen la materia prima, realizan sus compras de acuerdo a sus necesidades y dependiendo la clase de productos que requieran y en lugares cercanos a ellos como son tiendas de barrio, y en mercados que venden al por mayor como es el Mercado mayorista, Productores del Sector EPS y en Dicosavi.

Procesos

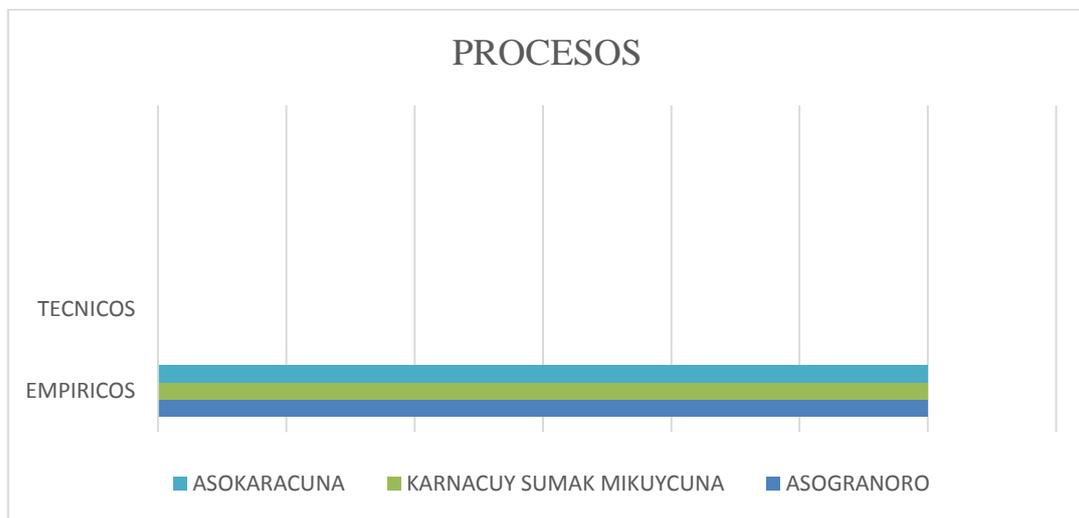
Tabla N° 8: Procesos de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba

	EMPIRICOS	TECNICOS
Asogranoro	X	
Karanacuy Sumak Mikuycuna	X	
Asokaracuna	X	

Fuente: Entrevista a los asociados

Elaborado por: Las Autoras

Figura N° 7: Procesos de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba



Fuente: Entrevista a los asociados

Elaborado por: Las Autoras

Interpretación.- Las Asociaciones actúan de manera empírica, es aquella noción basada en el contacto directo con la realidad, por la experiencia que han obtenido a lo largo de su vida sin poseer un conocimiento científico tanto al momento de hacer sus adquisiciones como en el proceso de producción y al llevar a cabo la distribución; esto se debe a que no cuentan con una capacitación adecuada para realizar de manera técnica y poder aprovechar mejor los recursos.

Transportación

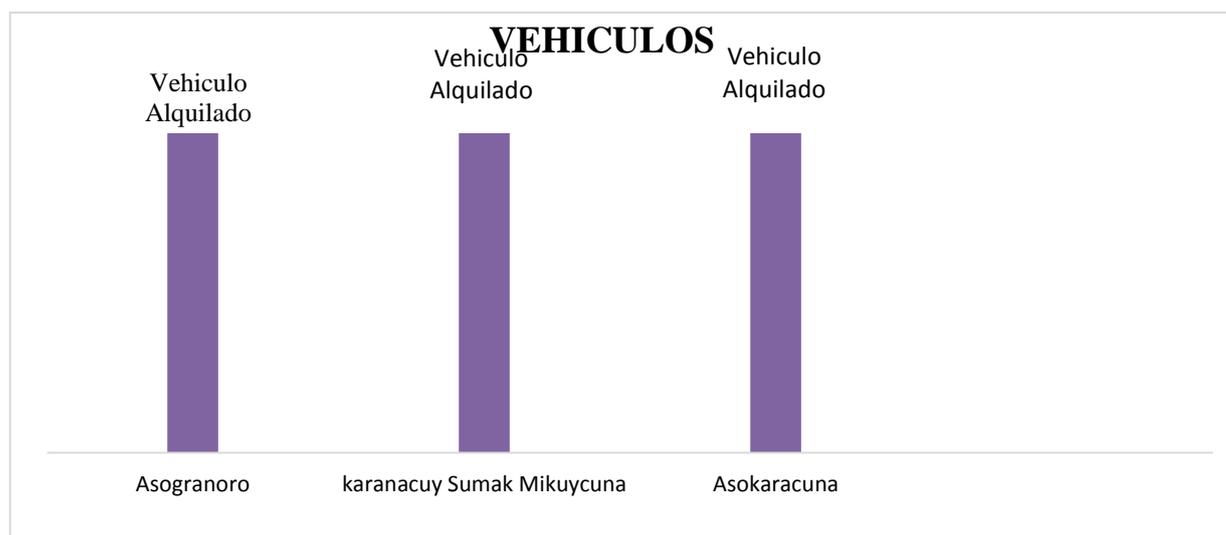
Tabla N° 9: Transportación de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba

	MATERIA PRIMA		PRODUCTO TERMINADO	
	V. Propio	V. Alquilado	V. Propio	V. Alquilado
ASOGRANORO		X		X
KARANACUY SUMAK MIKUYCUNA		X		X
ASOKARACUNA		X		X

Fuente: Entrevista a los asociados

Elaborado por: Las Autoras

Figura N° 8: Transportación de las empresas inscritas en el IEPS Riobamba



Fuente: Entrevista a los asociados

Elaborado por: Las Autoras

Interpretación.- Todas las Asociaciones al momento de realizar la adquisición de su materia prima y cumplir con la entrega del producto terminado alquilan un vehículo para ejecutar dichas actividades, por lo general lo hacen a un socio que posee un vehículo no cuentan con un vehículo propio de la organización.

3.6 ANÁLISIS DE PROCESOS

A continuación se analiza de manera general cada fase de la cadena de suministros de las asociaciones de catering que se encuentran inscritas en el IEPS:

- ▶ Aprovechamiento
- ▶ Producción
- ▶ Distribución

3.6.1 Fase de Aprovechamiento

En la fase de aprovisionamiento las asociaciones de catering de la Economía Popular y Solidaria (EPS) realizan las compras de la materia prima para elaborar sus productos de acuerdo a sus pedidos, por lo general las verduras, frutas, carnes lo hacen en diferentes mercados de la ciudad, uno de ellos y el más común es Mercado Mayorista, también adquieren estos productos en Canasta Utopía; los demás productos (productos de tienda) son adquiridos en diferentes supermercados y organizaciones, entre los que cuentan Dicosavi, Organización del MAGAP (ÑUKANCHIC), Corporación de Producción y comercialización AGROPECUARIA GONZOL. No tienen establecido un período fijo para realizar las compras, las realizan acorde se les termina la materia prima.

Luego de efectuar las compras, la materia prima es transportada en un vehículo alquilado hasta la bodega.

La materia prima es almacenada; la bodega cuenta con perchas, refrigeradores, congeladores, mesas (Figura 10). Cada producto es separado de acuerdo a su naturaleza hasta el momento de su elaboración, no cuentan con un control de inventarios ni se lleva un formulario para órdenes de requisición.

Figura N° 9. Fase de Aprovisionamiento



Elaborado por: Las Autoras

3.6.2 Fase de Producción

En el proceso de producción las asociaciones cuentan con el personal capacitado y con experiencia para elaborar los menús, lo preparan por lo habitual de 5 a 6 personas. Para asegurar la calidad e higiene del producto el personal debe llevar puesto un gorro de cocina. Previa la preparación de los alimentos, la persona encargada lleva a cabo un control de la materia prima que va a ser utilizada; una vez realizado dicho control se prosigue a elaborar el producto siguiendo métodos de cocina tradicionales (horneado, cocción, estofado, salteado, refrigerado), garantizando en todo momento una temperatura de elaboración suficiente con los ingredientes necesarios y frescos. (Figura 10)

Para este proceso las asociaciones cuentan con la siguiente maquinaria, la misma que ha sido aportada por cada uno de los asociados:

- Cocina industrial
- Horno
- Freidora
- Licuadora
- Licuadora semi industrial
- Refrigerador
- microondas
- Mesa de trabajo
- balanzas
- Ollas

- Pailas
- sartenes
- Vajillas
- Utensilios de cocina

Figura N° 10. Fase de Producción



Elaborado por: Las Autoras

Cada persona realiza una actividad al momento de preparar los alimentos para evitar que a repetitivos y ahorrar tiempo

Los platos una vez finalizada su elaboración son porcionados en distintos empaques dependiendo del menú, para esto se utiliza tarrinas, vasos, platos, fundas. Antes de la expedición se realiza un control de las condiciones de salida del producto.

3.6.3 Fase de Distribución

Para la transportación del producto terminado cuentan con un vehículo alquilado, este no tiene las adecuaciones necesarias para que se transporte adecuadamente, por lo que se requiere más personal para evitar derramamientos de la comida.

Para el momento de servir la comida se cuenta con un número determinado de personal (según la cantidad de pedido) se sirve los platos, luego de haber terminado con este proceso se procede a recoger y regresar nuevamente a las instalaciones de la asociación para dejar todo los instrumentos utilizados. (Figura 12)

Figura N° 11: Fase de Distribución



Elaborado por: Las Autoras

3.7 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

De acuerdo al diagnóstico realizado, el análisis de los factores que tienen incidencia en las asociaciones de Catering determina que:

- ▶ No se lleva ningún registro en cuanto a las órdenes de compra
- ▶ No se registran proveedores
- ▶ No existen procedimientos estandarizados en ninguno de los procesos: Abastecimiento, producción ni distribución; Todo lo hacen de manera empírica.
- ▶ No se identifica un sistema de servicio y atención al cliente
- ▶ No cuentan con un Registro de clientes.
- ▶ No se identifica una cuenta a nombre de la asociación en las diferentes redes sociales.

La falta de estos indicadores, comprueba la idea a defender, pues ninguna de las asociaciones cuenta con un sistema de logística.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

4.1 TITULO DE LA PROPUESTA

Sistema Logístico para el Sector de Catering – Riobamba “SILOCAR”

4.2 CONTENIDO DE LA PROPUESTA

Después del diagnóstico y análisis de la situación actual de las asociaciones, se diseñó un modelo de gestión logística direccionado a mejorar la eficiencia de la empresa, el cual abarca toda la cadena de suministro, desde las relaciones con los proveedores hasta los clientes, e involucra el aprovisionamiento, los procesos, la distribución, el servicio de atención al cliente y el marketing, entre otros.

Para ello el modelo de gestión establece tres momentos a los que le definimos como Planes de Mejoramiento a saber:

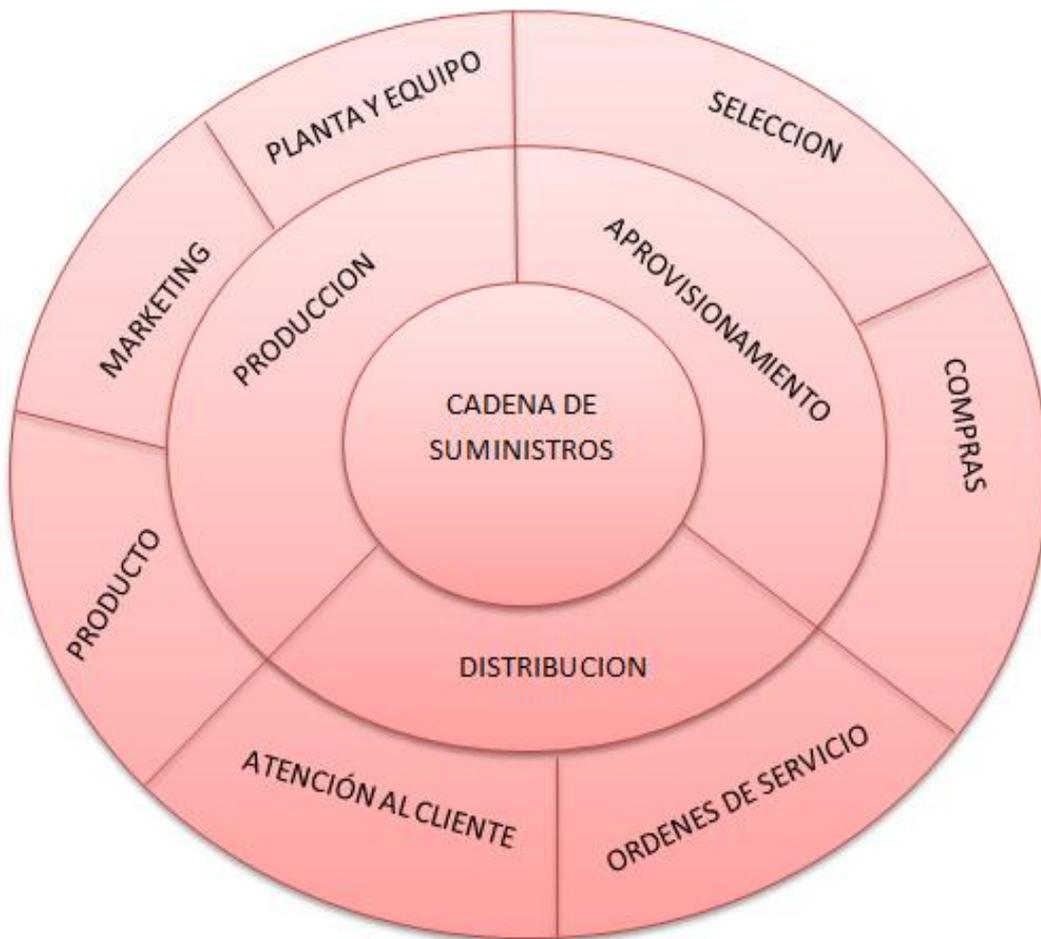
- ▶ Plan aprovisionamiento
- ▶ Plan producción
- ▶ Plan distribución.

Cada uno de ellos considera los recursos disponibles, las acciones a realizar, el procedimiento que se va a seguir.

Adicional a estos se propone un Plan de Retroalimentación, puesto que es indispensable para controlar y monitorear la puesta en marcha de cada una de las propuestas que contiene este trabajo.

En cada uno de los planes propuestos se describirán y desarrollarán los temas de mayor importancia.

Figura N° 12: Cadena de Suministros



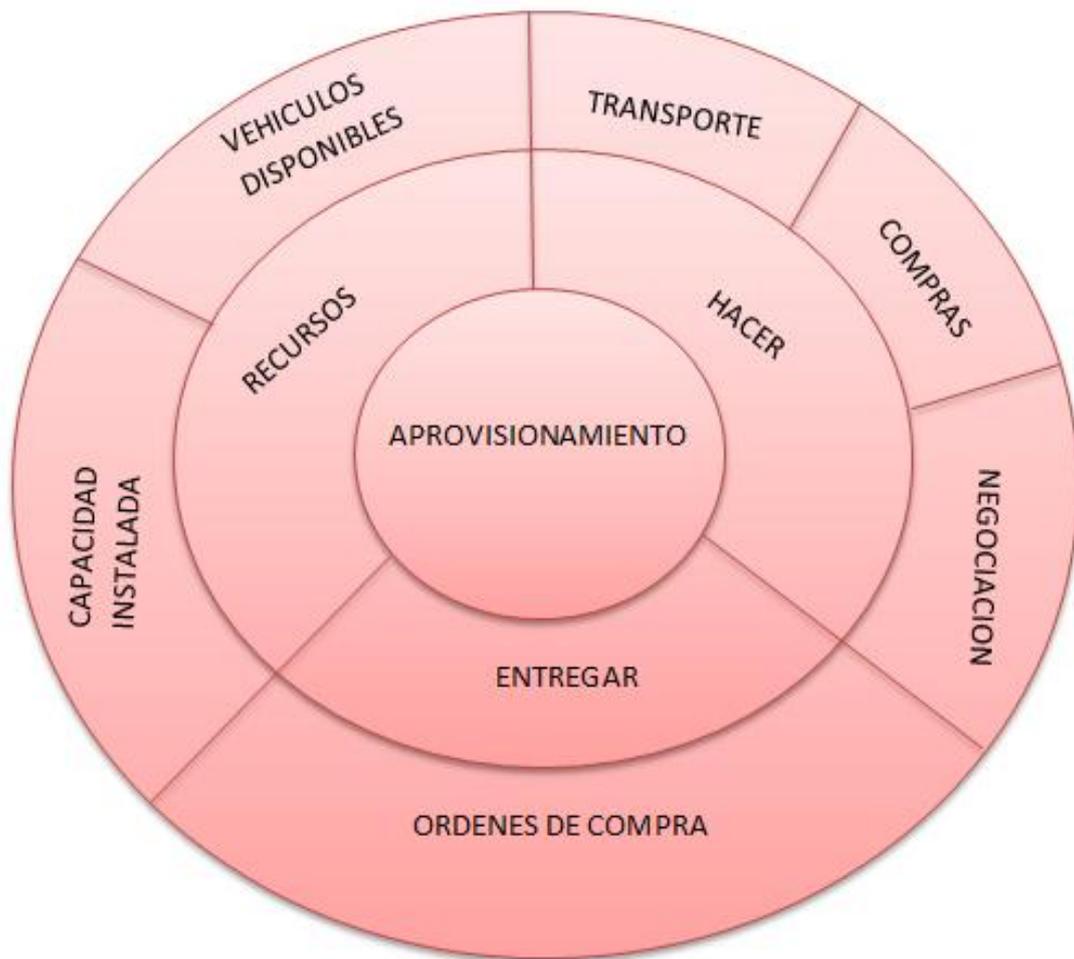
Elaborado por: Las Autoras

A continuación se detalla la fase de distribución, la fase de producción y la fase de aprovisionamiento en cada uno de sus planes.

4.2.1 Plan Aprovisionamiento

El abastecimiento o aprovisionamiento es la función logística mediante la cual se provee a la asociación de todos los insumos y productos necesarios para cumplir con los pedidos establecidos por los clientes.

Figura N° 13: El Aproveccionamiento



Elaborado por: Las Autoras

Recursos.- Dentro de los recursos del aprovisionamiento tenemos la capacidad instalada y los vehículos disponibles. En este caso se hace referencia a cuantos vehículos se necesita para poder transportar la materia prima adquirida hacia su lugar de almacenamiento; el o los vehículos deberán tener las adecuaciones necesarias para la transportación, adecuaciones que se detallan más adelante dentro del proceso.

Hacer.- Se refiere al proceso de negociación con los proveedores, la ejecución de las compras, y el traslado de la materia prima adquirida hacia la bodega donde va a ser almacenada.

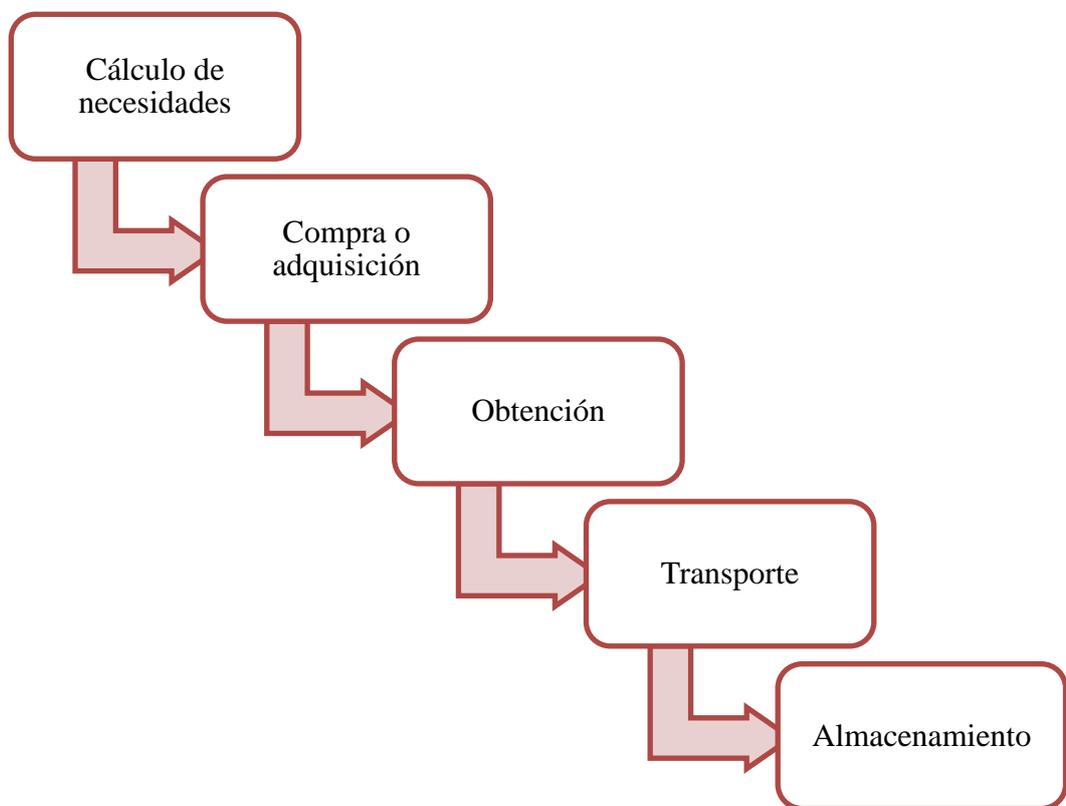
Entregar.- Hace referencia a la entrega de las órdenes de compra a los proveedores.

Cada uno de estos parámetros se encuentra desarrollados más adelante, en la descripción del proceso y en las estrategias.

Objetivos:

- ▶ Mantener seguros los alimentos a fin de almacenarlos adecuadamente.
- ▶ Dotar de herramientas técnicas y útiles a las Asociaciones de Catering de la Economía Popular y Solidaria para el aprovisionamiento de alimentos

Figura N° 14: Proceso de Aprovisionamiento



Elaborado por: Las Autoras

Las actividades incluidas dentro de este proceso son las siguientes:

Procedimiento

1. **Cálculo de necesidades.**- Se deberá determinar las necesidades reales de abastecimiento, en cantidades específicas para un determinado período de tiempo,

para una fecha señalada, o para completar un determinado pedido. Este pedido lo determinará el personal de cocina a través del canal de comunicación que se establece.

Este cálculo de las necesidades se materializa con los pedidos o la requisición.

2. **Compra o adquisición.-** Esta actividad tiene por objetivo realizar las adquisiciones en las cantidades necesarias y económicas en la calidad adecuada al uso al que se va a destinar, en el momento oportuno y al precio total más conveniente.

Se deberá mantener la continuidad del abastecimiento y pagar los precios justos, pero razonablemente bajos.

Se deberá mantener un stock de existencias compatibles evitando deterioros y desperdicios.

Se deberá buscar fuentes de suministros, alternativas.

En cuanto a los proveedores se deberá tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- ▶ Cumplimiento: Fecha prometida de despacho Vs Fecha cumplida de despacho
- ▶ Calidad: Cantidad requerida Vs Cantidad despachada
- ▶ Cantidad: Cumplimiento de especificaciones
- ▶ Tiempo de Pedido: Fecha de entrega-Fecha de pedido

3. **Obtención.-** La obtención empieza con el pedido y tiene por finalidad contribuir a la continuidad de las actividades, evitando demoras y paralizaciones, verificando la exactitud y calidad de lo que se recibe.
4. **Transporte.-** Se deberá transportar en vehículo fletado, pues al momento no amerita la compra de uno; sin embargo se deberá negociar con un transportista exclusivo para obtener descuentos y beneficios.
5. **Almacenamiento.-** Este implica la ubicación o disposición, así como la custodia de todos los artículos, que es la actividad de guardar los equipos, materiales, alimentos, etc. desde que se reciben hasta que se necesitan o entregan. Los principales aspectos de esta actividad son:

- ▶ Control de la exactitud de sus existencias
- ▶ Mantenimiento de la seguridad, conservación
- ▶ Reposición oportuna.

Estrategias:

Cantidades: En cuanto a las cantidades se deberán aplicar las siguientes estrategias:

- ▶ Ritmo estable de compras, es decir semanal o quincenalmente; En los casos en que existan pedidos extraordinarios, el personal de cocina deberá establecer que materia prima se requiere y en qué cantidades, según el menú y el número de platos que el cliente solicite.
- ▶ Contratos de largo plazo, puesto que así se asegura el flujo constante de la materia prima que se considera indispensable y a un precio fijo, sin importar si en algún momento existe escases o alza de precios.
- ▶ Entregas frecuentes en cantidades adecuadas.

Calidad: En cuanto a calidad se deberán aplicar la siguiente estrategia:

- ▶ Control estricto al momento de recibir la materia prima, para la constatación de su estado y cantidad; así se asegura que los proveedores satisfagan los requisitos de calidad.

Proveedores: En cuanto a los proveedores se deberán aplicar las siguientes estrategias:

- ▶ Pocos proveedores, dentro de la zona de trabajo
- ▶ Análisis de valor para permitir que los proveedores sean competitivos en precio
- ▶ Establecer convenios de abastecimiento con productores directos, asociaciones o gremios a fin de obtener productos de calidad y en buenas condiciones al mejor precio

Compra: En cuanto a las compras se deberán aplicar la siguiente estrategia:

Una vez obtenidos los pedidos por parte de los clientes la nutricionista en conjunto con el chef deberán establecer las cantidades de materia prima a adquirir; luego de cual se elaborará un orden de requisición en el siguiente formato:

Tabla N° 10. Orden de requisición

ASOCIACIÓN DE CATERING DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA				
ORDEN DE REQUISICIÓN No. _____				
PROVEEDOR:				
FECHA:				
CANTIDAD	U/ MEDIDA	PRODUCTO	V/ UNTARIO	V/ TOTAL
OBSERVACIONES:				

AUTORIZADO POR: _____				

Elaborado por: Las Autoras

Existencias: Las existencias deben estar inventariadas para lo cual se utilizará el método FIFO:

Tabla N° 11. Control de existencias

ASOCIACIÓN DE CATERING DE ECONOMIA POPULAR Y SOLIDARIA

ARTICULO: _____ MAXIMO
 METODO: _____ MINIMO

FECHA	DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			EXISTENCIAS		
		C	V.U	V.T	C	V.U	V.T	C	V.U	V.T

Elaborado por: Las Autoras

Almacenamiento: El almacenamiento de los alimentos se hará a través de las formas más comunes que son:

▶ Refrigeración

Las bacterias pueden multiplicarse en los alimentos perecederos si se dejan a temperatura ambiente durante más de dos horas. En altas temperaturas de verano, las bacterias crecen aún con mayor rapidez; Refrigerar los alimentos de forma segura y oportunamente puede ayudar a prevenir enfermedades

Los refrigeradores deben mantenerse a una temperatura de entre 5° C (40° F) y 0° C (32° C). Los alimentos que deben mantenerse refrigerados incluyen:

- ▶ Carne cruda, aves, pescados y mariscos
- ▶ Huevos y ovoproductos
- ▶ Productos lácteos

- ▶ Frutas y verduras perecederas
 - ▶ Frutas y verduras cortadas y peladas
 - ▶ Restos de comida de las comidas preparadas previamente
 - ▶ Leche de fórmula para lactantes mezclada
 - ▶ Latas o frascos abiertos como vegetales en conserva
- Almacenamiento en seco

Los alimentos no perecederos son los alimentos secos y enlatados que pueden almacenarse sin refrigeración y no se echan a perder. Sin embargo, estos alimentos se echan a perder si son expuestos a la humedad o al calor extremo. Los alimentos no perecederos se deben almacenar de una forma que estén protegidos de la infestación de plagas como insectos o roedores. Además, los alimentos deben ser almacenados para evitar la contaminación por humedad o por sustancias químicas.

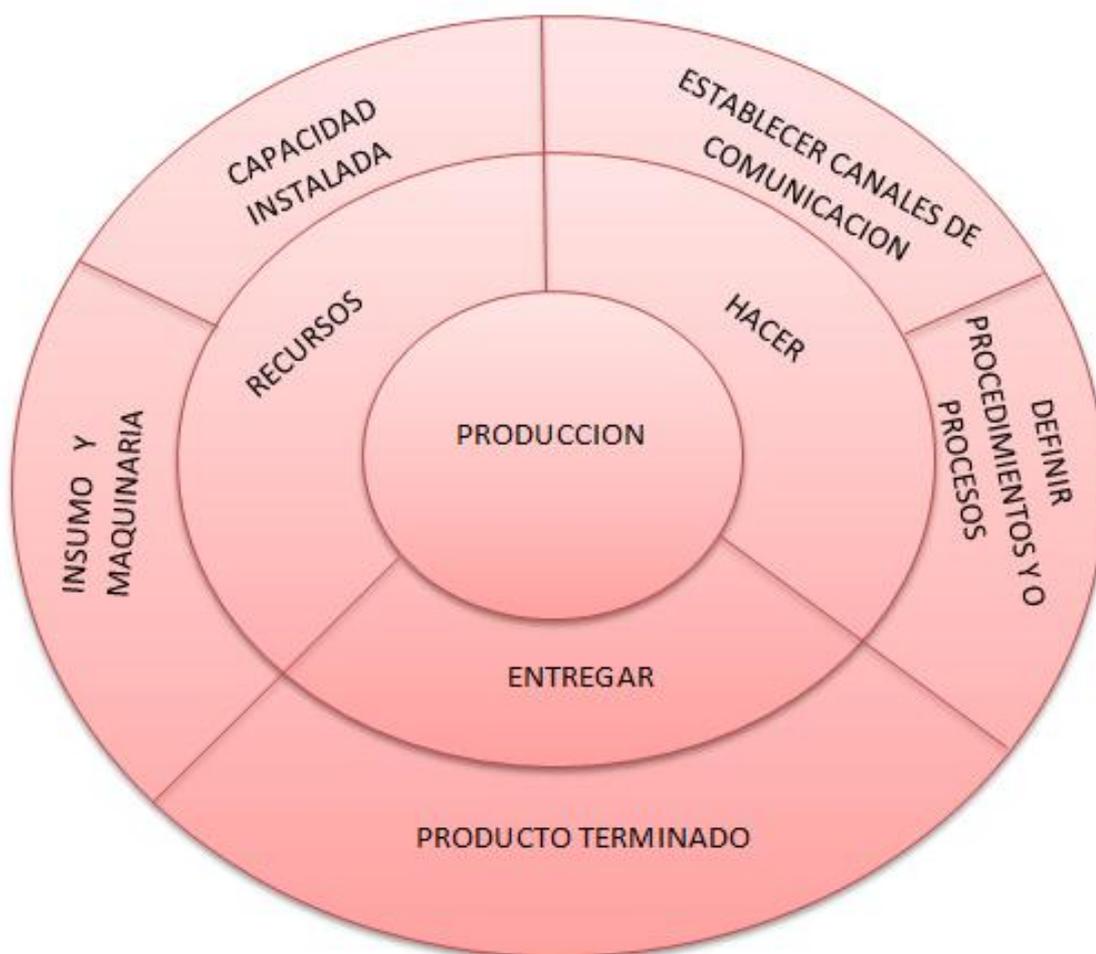
Consejos de almacenamiento en seco:

- ▶ Transfiere a los alimentos empaquetados a recipientes de almacenamiento herméticos de plástico, vidrio o metal
- ▶ Almacena a los alimentos lejos del suelo
- ▶ Almacena a los alimentos por separado de productos químicos (estantes separados, armarios, etc.)

4.2.2 Plan Producción

Producir forma parte del proceso fundamental de la cadena de suministros; dentro de dicha cadena el indicador más importante del proceso podría ser el tiempo que transcurre desde que compramos las materias primas hasta que cobramos a nuestros clientes, es por ello que debemos optimizar al máximo el tiempo empleado en producir (preparar los alimentos), así como el tiempo que nos tardamos en la entrega del producto elaborado.

Figura N° 15. La Producción



Elaborado por: Las Autoras

Recursos.- Dentro de los recursos de la producción tenemos los insumos y maquinarias y la capacidad instalada. En este caso se hace referencia a la cantidad de equipos (cocinas, licuadoras, batidoras, hornos y demás) con los que se cuenta para poder preparar los alimentos y cuál es la cantidad máxima de pedido que según este parámetro se puede ofertar.

Hacer.- Se refiere al proceso de elaboración de los alimentos, al proceso general que se deberá seguir para ello y a la manera de comunicarse entre las personas encargadas de la cocina. Esto se encuentra detallado más adelante.

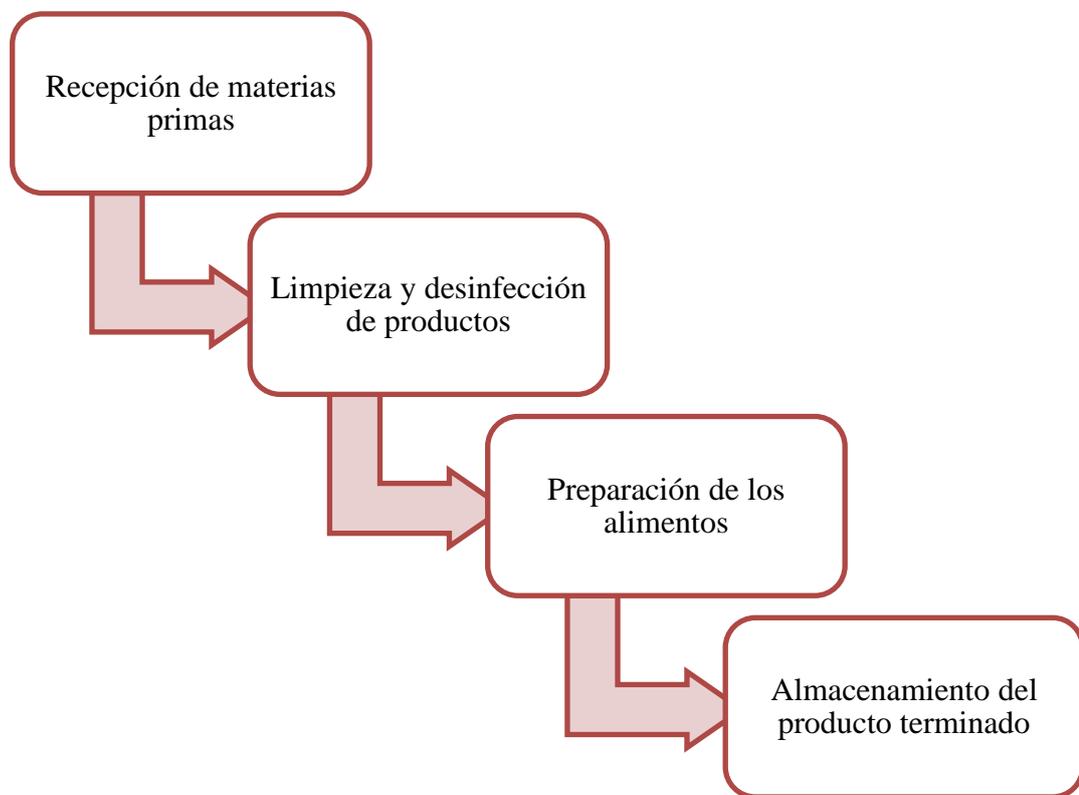
Entregar.- Hace referencia a la salida del producto terminado.

Cada uno de estos parámetros se encuentra desarrollados más adelante, en la descripción del proceso y en las estrategias.

Objetivos:

- ▶ Ofertar menús variados y saludables para los clientes
- ▶ Conocer cuánto tiempo nos lleva elaborar un producto
- ▶ Disminuir el tiempo de producción

Figura N° 16: Proceso de Producción



Elaborado por: Las Autoras

Procedimiento

Recepción de materias primas.- La persona encargada de bodega entrega al personal de cocina todos los materiales que van a ser utilizados para la preparación de los alimentos, revisando que dichos materiales estén en buen estado, revisando a la vez la fecha de vencimiento para corroborar que no se encuentren caducados.

Limpieza y desinfección de productos.- Todos los materiales que el personal de cocina recibe deben ser manipulados adecuadamente, empezando por su limpieza y su desinfección para mantener el más alto grado de asepsia.

Preparación de los alimentos.- El personal de cocina, siguiendo la receta según el plato que se vaya a preparar se divide funciones:

- ▶ Jefe de cocina: se encarga del control de personal, preparación de los menús, hace los pedidos necesarios, vigila el consumo racional de las materias primas para obtener el máximo rendimiento.
- ▶ Ayudantes de cocina: realiza trabajos específicos y reporta directamente al jefe de cocina, tiene conocimientos en la elaboración de platos específicos y realiza labores de mantenimiento en su área de trabajo.
- ▶ Posillero: persona encargada principalmente de la limpieza y desinfección de los utensilios de cocina y vajilla, almacena y organiza los mismos, controla la pérdida de material por quiebre, apoya en el inventario para proveer a las diferentes áreas de sus requerimientos de utensilios y menaje menor, ayuda a la limpieza del área de producción.
- ▶ Despachador: se encarga del montaje de los platos y ayuda al embarque del pedido para que sea transportado.
- ▶ Supervisor de cocina: su objetivo es supervisar la preparación de alimentos, coordinando y controlando los procesos para garantizar calidad.

Almacenamiento del producto terminado.- Los alimentos ya preparados y listos deben ser colocados en recipientes herméticos, isotérmicos o refrigerados, dependiendo del alimento, una vez cumplido esto se embarca y se traslada al sitio donde se llevará a cabo la distribución.

Estrategias:

Elaboración y registro de menús: dentro de un servicio de sistema de alimentación una parte fundamental es el menú, ya que en este se describen los productos, alimentos que se ofrecen los cuales pueden ser la razón determinante que orillen a los clientes a

preferir algún establecimiento, por ello es muy importante la presentación de los alimentos en un menú.

Aspectos a considerarse para elaborar un menú para las Asociaciones de Catering de la EPS:

- ▶ Población a quien va dirigida
- ▶ El tipo de servicio
- ▶ La disponibilidad de productos que ofrecerán
- ▶ Los costos y la capacidad de producción
- ▶ Cubrir con las necesidades de los consumidores

Se debe diseñar un formato para tener control de los menús:

Tabla N° 12: Formato para llevar un registro de las recetas de comida

PLATO	
COSTO	
TIEMPO DE PREPARACION	
INGREDIENTES	- - - - - - - -
RECETA	

Elaborado por: Las Autoras

Tiempo preparación de los alimentos: es importante conocer el tiempo que nos llevara elaborar un producto por esta razón presentamos un modelo para efectuar la toma de tiempos en cada proceso, de esta manera, ahorraremos tiempo y sabremos con cuanto tiempo de anticipación prepara los alimentos para que sean entregados conforme a su pedido.

Tabla N° 13: Plantilla utilizada para la toma de tiempos

MENÚ: _____		
FECHA: _____		
HORA: _____		
PROCESO	INICIO	TERMINO
-	-	-
-	-	-
-	-	-
-	-	-
OBSERVACIONES _____		

Elaborado por: Las Autoras

Una vez que se conozca cada paso para la elaboración un menú y el tiempo que tarda, se podrá ir eliminando los pasos innecesarios y de esta manera acortando tiempos.

Registro de pedidos: Se debe diseñar un formato para tener control de los pedidos de los clientes, permitiéndonos conocer mejor sus preferencias y ofrecerles alimentos que no son de su agrado.

Se propone un formato para llevar un registro de los pedidos de los clientes:

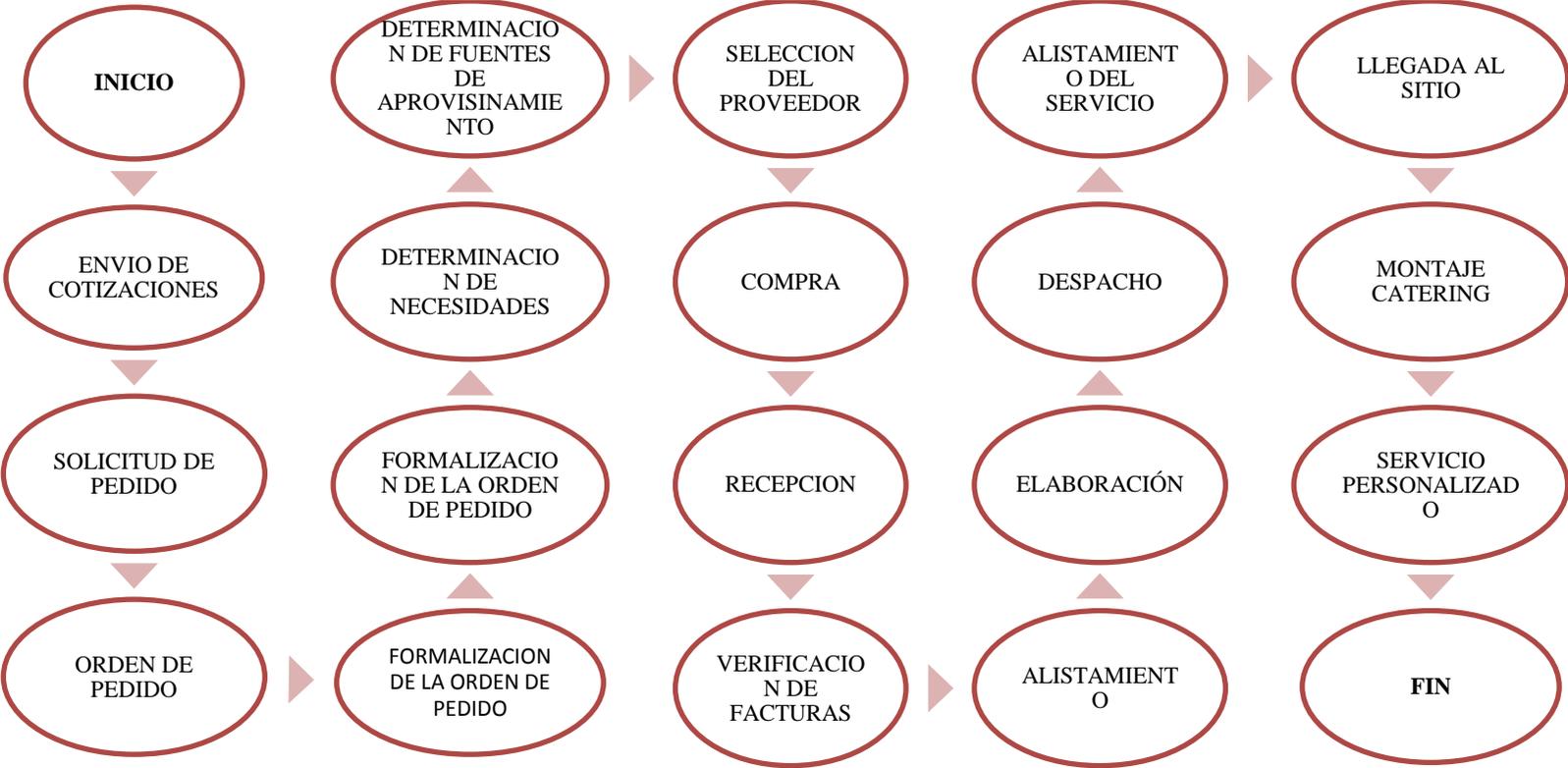
Tabla N° 14: Formato de un registro de los pedidos de los clientes

CLIENTE	
DIRECCIÓN	
PLATO	
COSTO	
FECHA DE PEDIDO	
FECHA DE ENTREGA	
OBSERVACION	

Elaborado por: Las Autoras

Sistema general de procedimiento dentro de la asociación:

Figura N° 17: Proceso



Fuente: Libro “Logística Integral”

Elaborado por: Las Autoras

Procedimiento

Primera Fase

Personal de Contacto: secretaria. Llamada del cliente: la secretaria debe atender el teléfono cordialmente, utilizando un tono cálido y respetuoso. Es importante que diga el nombre de la empresa, para que de ésta forma el cliente se identifique desde el principio con la empresa, y así mismo le evitemos perder tiempo preguntando por el sitio al que llama y se le dé seguridad de que llama al sitio correcto. Solicitud de cotización: La persona que se encargue de atender la llamada de un cliente debe tener a la mano toda la información necesaria que el cliente pueda solicitar, (tarifas, dirección, e-mail, teléfonos, celulares, fax, dirección web, etc.) con el fin de evitar dudar al dar la información, incomodar al cliente y brindar información errada o inexacta.

- ▶ **Cotización:** La cotización debe ser entregada al cliente con la mayor brevedad posible; la información debe ser clara, precisa, concisa y sin errores. Es importante que antes de enviar la cotización al cliente, sea aprobada y corregida por gerencia para evitar inconvenientes en el momento de realizar la negociación y emitir la orden de pedido. La cotización puede ser enviada por escrito o por medios electrónicos.
- ▶ **Solicitud de pedido:** Una vez entregada la cotización la empresa debe asegurarse que ésta haya sido recibida por el cliente y debe realizar un monitoreo al respecto con miras a que el cliente realice el pedido.
- ▶ **Orden de pedido:** Cuando el cliente realiza el pedido, la persona que lo recibe debe tomara nota atenta de cada una de las especificaciones que éste le dé. Así mismo, debe aclarar cualquier duda para evitar malos entendidos o inconvenientes posteriores.
- ▶ **Formalización de la orden de pedido:** Tan pronto como se tiene la información acerca de los requerimientos del cliente y el pedido en general, debe ser comunicada al personal de cocina con el fin de dar inicio al proceso de elaboración de los productos.

Segunda Fase

- ▶ **Determinación de necesidades:** El personal de cocina revisa los ingredientes necesarios para la preparación del pedido y solicita al encargado de bodega o al custodio de los bienes, quien a su vez verifica los existentes en bodega y solicita al encargado de compras aquellos que no están en existencia.
- ▶ **Determinación de una fuente de aprovisionamiento:** Seleccionar al proveedor que mejor se adapte a las necesidades en cada momento.
- ▶ **Selección del proveedor y compra:** Elegido el proveedor, se hará el pedido de compra, observando parámetros como la calidad, el plazo de entrega o el precio deseado.
- ▶ **Recepción:** Una vez el proveedor sirve los ingredientes y material requeridos éstos han de ser registrados en bodega. Para ello es necesario receiptar el pedido y registrar la entrada.
- ▶ **Verificación de facturas:** Una vez recibido los ingredientes o materiales del proveedor se debe realizar el pago. Para ello, mediante la factura que proporcionará el proveedor se hace una entrada de facturas, se verifica que todos los pedidos se han receiptado y se registra los ingredientes, materiales, cantidades e importes recibidos. Esto llevará a un apunte contable en finanzas y administración se encargará de realizar el correspondiente pago al proveedor según la forma de pago preestablecida.

Tercera Fase

Alistamiento: El personal de cocina debe asegurarse que cada uno de los ingredientes e implementos necesarios para la elaboración de los alimentos estén listos desde el día anterior. De ser necesario, deben consultarse a los proveedores con un tiempo prudente para evitar retrasos y cambios inesperados que alteren los procesos y procedimientos de la empresa.

- ▶ **Elaboración de los productos:** Cada uno de los productos deben ser supervisados y elaborados manteniendo altos estándares de calidad y las recetas originales. Los clientes ya identifican y reconocen la cocina y comida que elabora las asociaciones, cualquier alteración será evidente y puede afectar la experiencia del cliente.

- ▶ **Despacho de Productos:** Los productos deben estar empacados y listos para ser entregados en el sitio de destino una hora antes de la citación hecha por el cliente. Es importante tener en cuenta que los alimentos deben salir debidamente empacados, con la temperatura indicada (según el producto) y su presentación debe ser impecable; pues, no se puede olvidar que todo entra por los ojos y la imagen de la empresa se ve reflejada en cada uno de estos detalles.

Cuarta Fase

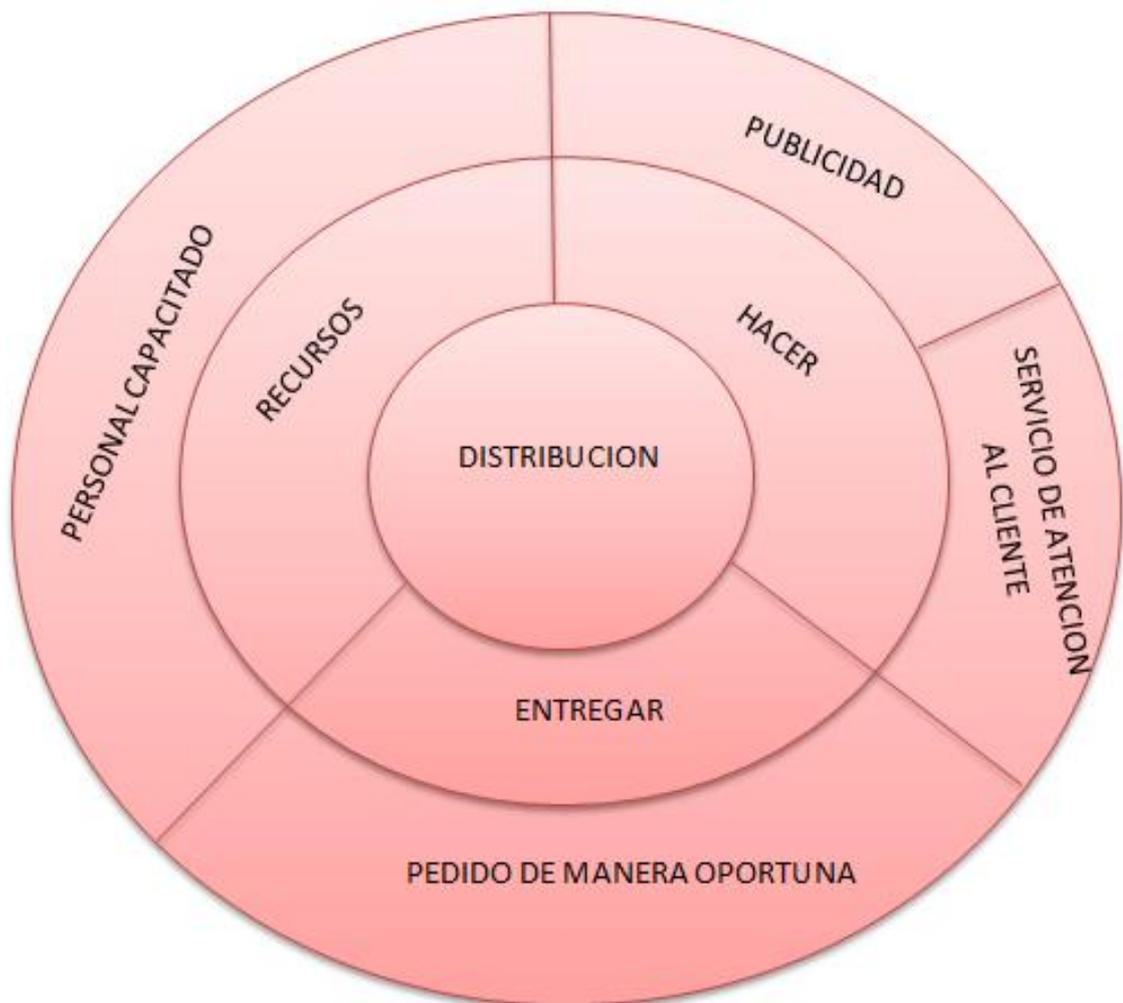
- ▶ **Alistamiento del servicio:** El personal de servicio debe alistar desde el día anterior todos los implementos requeridos y necesarios para la prestación del servicio de catering. Es importante que conozcan todas las características del pedido para evitar olvidos y negligencias en el momento de hacer contacto con el cliente.
- ▶ **Llegada al sitio:** Es importante llegar con anterioridad a la empresa para hacer un último chequeo; esto también con el fin de cumplir los horarios establecidos por el cliente. A partir de ese momento Inicia la prestación del servicio. Es importante que el personal de servicio salude a todos los presentes con cordialidad, alegría y respeto, así mismo, debe identificar cuáles son los clientes más importantes para atenderlos con mayor cuidado (sin descuidar al resto y sin que la diferencia sea evidente frente a los demás) durante toda la jornada de trabajo. Debe preguntarles con sutileza acerca de sus gustos y preferencias para poder complacerlos.
- ▶ **Montaje Catering:** Se debe montar el comedor manteniendo los estándares de limpieza, orden y protocolo (según la ocasión y según se amerite) para tener una primer buena impresión. También los alimentos deben estar calientes y listos para el momento de servir. El cuidado y la presentación de los alimentos son esenciales para que el cliente se sienta a gusto y satisfecho con el producto. Un producto frío, quemado, mal presentado o falta de higiene, es el inicio de una mala impresión e indispone al cliente; en ocasiones puede alejarlo de por vida.
- ▶ **Servicio Personalizado:** El personal debe ser amable, cuidadoso y atento durante todo la jornada de trabajo; los empleados deben estar prestos a cualquier solicitud de los clientes y garantizar su comodidad y total satisfacción de principio a fin.
- ▶ **Fin del servicio:** El personal debe indagar con los clientes acerca de sus impresiones del servicio y de los productos que consumieron durante el día. Por un lado, con el apoyo de la encuesta se podrá evaluar el servicio; por otro lado, la

interacción les dará mayor confianza, seguridad, protagonismo e importancia a los clientes y afianzará la relación cliente, personal de servicio y cliente empresa. (Esto hace parte de la estrategia del servicio pos-venta).

4.2.3 Plan Distribución

La distribución es el proceso que consiste en hacer llegar físicamente el producto elaborado al consumidor.

Figura N° 18: La Distribución



Elaborado por: Las Autoras

Recursos.- Dentro de la distribución, se hace referencia al personal con el que se cuenta para dicho proceso cuando se menciona a los recursos; el personal deberá estar capacitado.

Hacer.- Se refiere al servicio que se da al cliente, es decir el momento en que la organización entra en contacto directo con sus clientes y es donde debe hacer conocer la calidad de su trabajo; también se hace referencia a la publicidad que se debe realizar para llegar al cliente y darse a conocer.

Entregar.- Se refiere específicamente al momento en que el cliente recibe el producto terminado y puede juzgar la calidad del servicio que se le brinda; por ello debe hacérselo tal cual el cliente solicitó, el día que se pactó y a la hora señalada.

Cada uno de estos parámetros se encuentra desarrollados más adelante, en la descripción del proceso y en las estrategias.

La aplicación del modelo, representa las actividades que se deberán desarrollar para mejorar la distribución, las cuales ayudarán a disminuir los problemas que surgen a su alrededor.

Las actividades de distribución así como el canal que se va a utilizar para llegar al cliente juegan un papel importante, por lo tanto debe dársele el seguimiento adecuado.

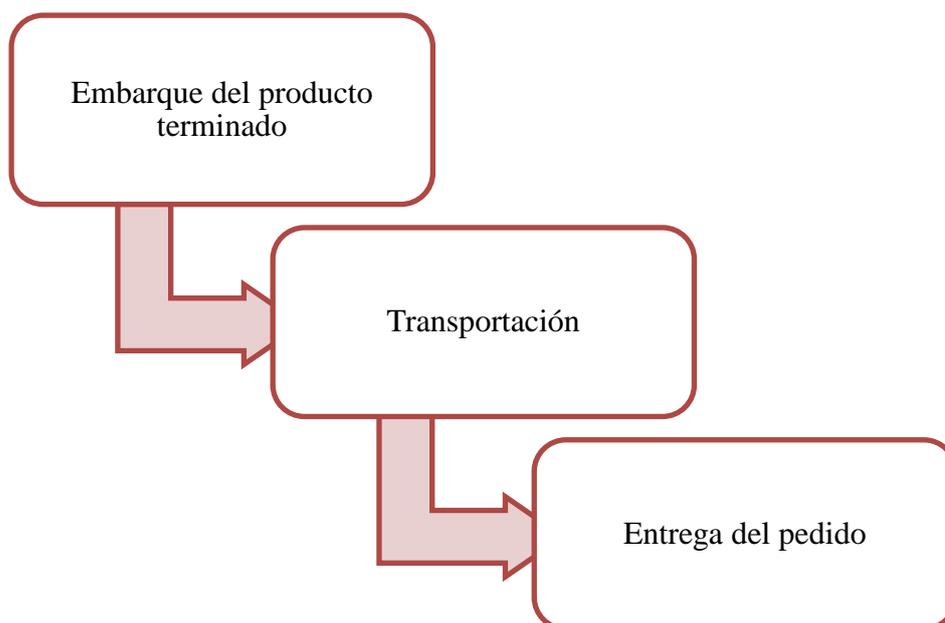
El canal de distribución debe cumplir con tres aspectos:

- ▶ Flujo de información (entrante y saliente), es decir que exista una comunicación adecuada entre el productor y el consumidor al momento de entregar el producto
- ▶ Un proceso de distribución establecido
- ▶ Servicio de valor agregado que acrecenté el producto y servicio

Objetivo:

Entregar el producto terminado de manera oportuna

Figura N° 19: Proceso



Elaborado por: Las Autoras

Procedimiento

Embarque del producto terminado.- El despachador ubica cuidadosamente el producto final en el vehículo de transporte.

Transportación.- Los alimentos son llevados desde el lugar de preparación hacia el lugar de consumo.

Entrega del pedido.- Los meseros se encargan de brindar el servicio de entrega del producto terminado a los clientes.

Herramienta

Canal de distribución.- Se aplica un canal directo de distribución, este tipo de canal no tiene ningún nivel de intermediarios, implica contacto directo con el cliente final.

Transporte.- el vehículo debe tener las adecuaciones necesarias para asegurar que el producto terminado llegue en buen estado y no existan contratiempos:

- ▶ Un refrigerador para mantener la temperatura de los alimentos congelados
- ▶ Una zona segura para colocar los recipientes en los cuales se transporta la comida, sin riesgo de que exista derramamientos

Servicio.- el contacto que el personal que entrega el producto tenga con el cliente debe ser de excelente calidad y brindar una buena imagen acerca de la asociación; esto dejará al cliente satisfecho y servirá a la vez como medio de promoción.

Publicidad y servicio al cliente

Al no contar con una página Web, utilizaremos el acceso masivo de la población a las redes sociales, FACEBOOK, INSTAGRAM, YOUTUBE.

1. **Facebook:** Crear una cuenta oficial en la que se engloben todas las asociaciones, donde se especificarán los servicios que se prestarán, también imágenes de los eventos realizados y videos de entrevistas a nuestros clientes garantizando la socialización de un mensaje de satisfacción al recibir el servicio. Así mismo, permitirá a los clientes conocer la empresa, los productos y servicios que ésta ofrece.
2. **Youtube:** Un canal que este alimentado constantemente con videos de promociones de los productos y servicios.
3. **Instagram:** Fotos de los clientes satisfechos con la leyenda “SERVICIO Y SATISFACCIÓN”.

Uso de Correo electrónico.- Se establecerá un correo electrónico de contacto para atender pedidos, reclamos y otras necesidades.

Contacto telefónico.- Se mantendrá una línea de teléfono convencional y otras para cada operadora de telefonía celular habilitadas con horarios de atención de 06H00 a 22H00 incluidos los fines de semana y feriados para atención al cliente.

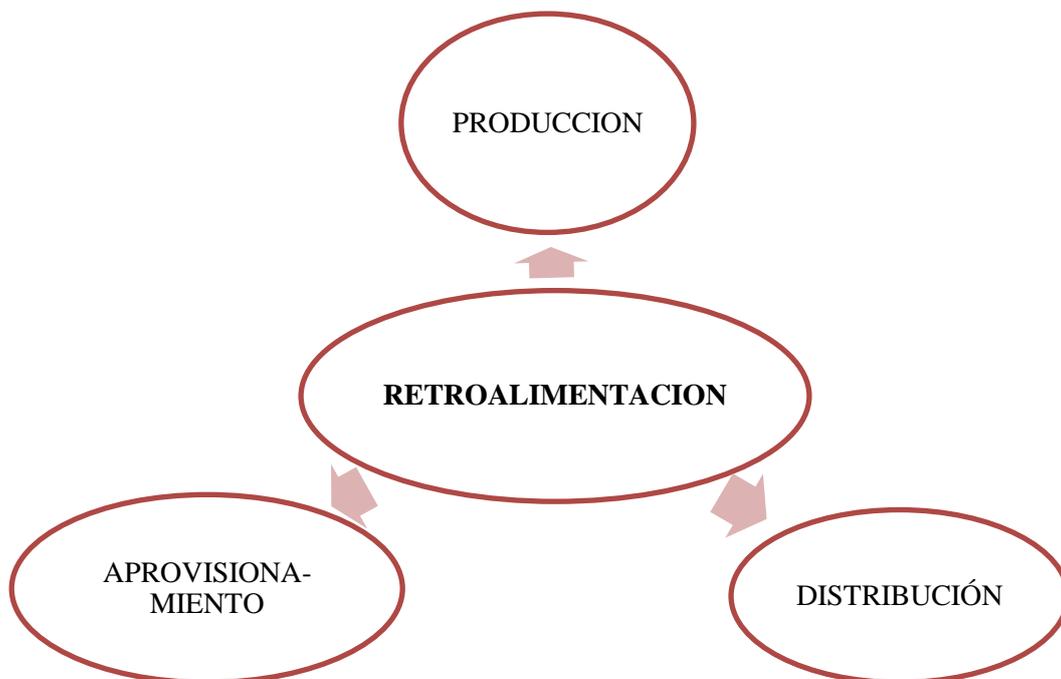
Tarjetas de presentación.- Se entregarán tarjetas de presentación y hojas volantes con la ubicación del establecimiento, teléfonos y correos electrónicos de contacto.

4.2.4 Retroalimentación

La retroalimentación desempeña un papel importante y forma parte del control que las empresas deben tener, debido a que con la puesta en marcha o la implementación de las estrategias que se han definido debe haber un monitoreo de su ejecución para determinar el cumplimiento de los objetivos planteados en dicho plan.

Por lo tanto el monitoreo continuo sobre las estrategias revelará las deficiencias que existan y/o los cambios que deberán realizarse a éstas de acuerdo a los resultados obtenidos.

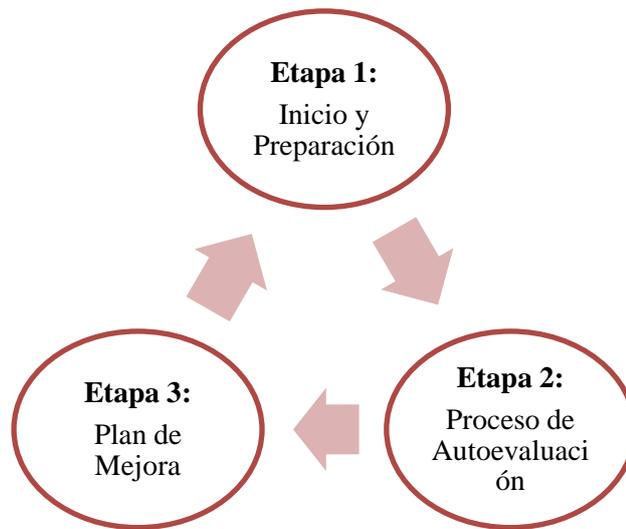
Figura N° 20: Retroalimentación



Elaborado por: Las Autoras

La retroalimentación se llevará a cabo de manera trimestral, para ello se hará un análisis de los indicadores objetivamente verificables del **aprovisionamiento, producción y distribución.**

Figura N° 21: Ciclo de la retroalimentación:



Elaborado por: Las Autoras

Procedimiento:

Etapa 1:

- ▶ Plan de autoevaluación
- ▶ Comunicación del proyecto de autoevaluación

Etapa 2:

- ▶ Creación de un grupo de autoevaluación
- ▶ Organizar al grupo
- ▶ Llevar a cabo la autoevaluación
- ▶ Redactar un informe con los resultados

Etapa 3:

- ▶ Definir un plan de mejora basado en el informe de autoevaluación
- ▶ Comunicar el plan de mejora
- ▶ Implantar el plan de mejora

CONCLUSIONES

El diagnóstico de las Asociaciones de Catering registradas en la base de datos de la Superintendencia de Economía Popular y Solidaria determina que estas son administradas de manera empírica, apoyándose únicamente en la experiencia que tienen algunos sus integrantes.

Establece también que no cuentan con herramientas administrativas y menos con un sistema logístico que abarque la cadena de suministro completa, pues no involucra las acciones tendientes a satisfacer las necesidades del cliente.

El presente estudio permitió diseñar un sistema logístico que sirva de guía para las asociaciones que ofertan el servicio de Catering permitiéndoles ser más competitivos para enfrentar las necesidades y exigencias de un mundo moderno basado en el conocimiento y la tecnología.

RECOMENDACIONES

Las personas que administran las asociaciones deben instruirse en cuanto a manejo de negocios para que tengan nociones básicas de cómo dirigir su asociación.

Utilizar los resultados de esta investigación para optimizar los procesos técnicos de las asociaciones

Ejecutar el proyecto logístico que se propone para lograr eficiencia organizacional y asegurar la sostenibilidad de las asociaciones y su permanencia en el mercado.

Utilizar este proyecto como un instrumento de consulta a quienes ofertan o deseen ofertar el servicio de Catering.

BIBLIOGRAFIA

- Anaya, J. (2009). Logística Integral. Buenos Aires. Aique
- Asamblea Nacional. (2014). Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. Quito.
- Avella, L. (2006). Estrategia de producción (2ª ed.). Madrid. Mc Graw Hill.
- Ballou, R. H. (2013). Logística: Administración de la cadena de suministro. Guatemala. Prentice Hall.
- Briz, J. (2003). Internet, trazabilidad, seguridad alimentaria. Madrid. Mundiprensa
- Carrasco, S. (2003). Actividad de Catering. México. Limusa
- Christopher M. (2002). Logística Aspectos Estratégicos. México. Limusa
- Coraggio. (2014). Papel de la Economía Popular y Solidaria. Quito. Inoba Grafic.
- Coraggio, J. L. (1995) Desarrollo humano, economía popular y educación, Buenos Aires, Instituto de Estudios y Acción Social, Aique Graupo.
- Casanovas, A. y Cuatrecasas, L. (2011). Logística integral, lean supply chain management. Barcelona. PROFIT
- Chase, R. B. y Aquilano, N. J.. (1994). Dirección y administración de la producción y de las operaciones. Addison-Wesley Iberoamericana.
- Creswel. (1998). Metodología. Buenos Aires: Ediciones Bilbao.
- Dávila, L. (2013). Sistema Logístico. Madrid. Mc Graw Hill.
- Domínguez Machuca, J. A. (1994). Dirección de operaciones: Aspectos estratégicos en la producción y los servicios. McGraw-Hill
- Kinton, R. (2013). Teoría del Catering. Madrid. Editorial Acribia S.A.
- Lamb, H. (2007). Logística de Distribución. Barcelona. Ediciones LM
- Lasaca, A. S. (2007). Gestión de la Comunicación Empresarial. Colombia. Ediciones Gestion 2000.
- Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria. (2014). Quito: Asamblea Nacional
- Martins, F. (2012). Madrid: Ediciones Rilke .
- Paz H. (2000). Canales de distribución, estrategia y logística comercial. Ugerman Editor. Buenos Aires
- Pérez. (2007). Investigación Cualitativa. Buenos Aires: Editorial Estrada.
- Portnoy. (1979). Economía Popular. Venezuela. Ediciones Ekare
- Portugal, J. (2010). Logística y Calidad I. Oficina de publicación de obras literarias y científicas Cecilia Ivonne Bojórquez Díaz.

- Prida Romero B. (1996). Logística de aprovisionamiento. Madrid. McGraw Hill.
- Rodes, R. S. (2005). Cadena de Suministros. Buenos Aires. Ugerman Editor.
- Urtado, J. (2014). Metodología de la Investigación. Quito: Imprimax.
- Vinoo I. (1992). Dirección y motivación de las redes de distribución. Barcelona. Ediciones Folio.

INTERNET

- Aragón, I. T. (2014). Logística inteligente. Obtenido de <http://web.itainnova.es/elogistica/lineas-de-trabajo/logistica-inteligente/logistica-de-aprovisionamiento/>
- Barragan, A. (2005). Logística de distribución. Obtenido de <http://www.pymerang.com/logistica-y-supply-chain/logistica/distribucion/309-logistica-de-distribucion>
- Carrillo, M. (2010). Logística y comunicación. Obtenido de <http://logisticaprestigio.com/la-logistica-los-medios-y-la-comunicacion/>
- Definición abc. (2015). Atención al cliente. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/economia/atencion-al-cliente.php>
- Deobold, B. (2006). Estrategias de investigación. Obtenido de <http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>
- Ferrel, H. (2007). Distribución. Obtenido de www.promonegocios.net/distribucion/definicion-logistica.html
- IEPS Instituto de Economía Popular y Solidaria. (2015). Economía solidaria. Obtenido de <http://www.economiasolidaria.gob.ec/>
- Ministerio Coordinador de Desarrollo Social. (2015). Economía social y solidaria. Obtenido de <http://www.desarrollosocial.gob.ec/>
- Ministerio Coordinador de Política Económica. (2015). Economía. Obtenido de <http://www.politicaeconomica.gob.ec/>
- Retos en Supply Chain. (2012). Logística. Obtenido de <http://retos-operaciones-logistica.eae.es/2015/01/la-logistica-de-distribucion-de-productos-hoy.htm>
- Rocero, L. (2013). Economía popular y solidaria. Obtenido de www.telegrafo.com.ec/opinion/columnistas/item/economia-popular-y-solidaria-tercer-sector-economico.html

Toscano, M. A. (2005). Revista Digital Investigación y Educación. Comunicación y servicio al cliente. Obtenido de http://www.hacienda.go.cr/cifh/sidovih/cursos/material_de_apoyo-F-C-CIFH/2MaterialdeapoyocursosCICAP/8ComunicacionEfectivayServicioalCliente/Laatecnionalcliente.pdf

Villegas, C. (2009). mailxmail. Logística y aprovisionamiento. Obtenido de <http://www.mailxmail.com/curso-concepto-logistica/concepto-aprovisionamiento>

Rodes, R. S. (2005). Cadena de suministros. Obtenido de www.monografias.com/trabajos31/cadena-suministros/cadena-suministros.shtml#ixzz3zDpmc2Py

Hernández A. (13 de 01 de 2011). Logística. Recuperado de Enciclopedia Financiera. (2013). Economía de escala. Recuperado de <http://www.encyclopediainanciera.com/definicion-economias-de-escala.html>

INCAE Business School. (2011). Inclusión económica. Recuperado de <http://www.incae.edu/es/clacds/inclusion-economica.php>

Logistec. (2014). Operadores logísticos. Recuperado el 13 de 04 de 2015, de <http://www.revistalogistec.com/index.php/supply-chain-management/380-estrategia-logistica/1145-operadores-logisticos-un-mercado-en-crecimiento-y-especializacion>

Organización de Operadores Logísticos en España. (2010). Operador Logístico. Obtenido de <https://www.icesi.edu.co/icecomex/images/Como%20escoger%20un%20Operador%20Logistico.pdf>

Tipos de estudio (2014). Recuperado de <http://www.tiposde.com/ciencia/estudio/tipos-de-estudio.html>

ANEXOS

Anexo N° 1: Modelo de entrevista

ENTREVISTA				
Nombre de la Asociación:			N° de Socios	
Entrevistado:			Fecha:	
Dirección:				
Local de trabajo	Propio	Arrendado	Prestado	
Activos con los que cuentan:	-	-	-	
	-	-	-	
	-	-	-	
	-	-	-	
Tipo de comida que preparan	Refrigerios	Gourmet	Típica	De casa
Clientes:	Fijos		Ocasionales	
	-		-	
	-		-	
	-		-	
Proveedores:	Frutas y Vegetales	Abarrotes	Carnes	
	-	-	-	
	-	-	-	
	-	-	-	
Transportación	Materia Prima		Producto Terminado	
Procesos	Técnicos	<input type="checkbox"/>	Empíricos	<input type="checkbox"/>
Detallar Procesos				
Abastecimiento:				
Producción:				
Distribución:				

Anexo N° 2. Fotografías tomadas a las diferentes asociaciones visitadas









