



**Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela de Administración**

Título:

Estrategia logística de distribución nacional en una pymes
especializada en la venta de postres

Sustentada por:

Oscar Austin Fagerlund De Jesús 2014-0153

Paula Beatriz Guzmán Emiliano 2014-2249

Itzel Frías De Jesús 2014-2508

Asesores:

Lic. Ariel Gautreaux

Licda. Fe Adabel Acosta

**Monografía para optar por el título de
Licenciatura en Administración de Empresas**

Distrito Nacional, República Dominicana

Julio de 2019

Título:

Estrategia logística de distribución nacional en una pymes
especializada en la venta de postres

Índice

Agradecimientos	i
Dedicatoria.....	ii
Resumen	viii
Palabras Claves.....	ix
Introducción	1

Capítulo I - La Logística de distribución en la República Dominicana

1.1 Origen y evolución de la logística de distribución	2
1.2. Descripción de las diferentes funciones de la logística de distribución y preferencias cuando a su mercancía se refiere.	4
1.3 Desarrollo de la logística de distribución en la República Dominicana.	5
1.4 Principales regulaciones y leyes para la distribución de productos comestibles en la República Dominicana.	8
1.5 Tendencias de distribución en las MiPyMEs especializadas en la venta de postres de la República Dominicana.	10

Capítulo II - Análisis de la estrategia a implementar en el plan de distribución y sus factores

2.1 Determinación y evaluación de los tipos de estrategias logísticas de distribución a implementar	13
2.2 Frederic Schach como parte de la estrategia de distribución	14
2.3 Determinar los factores estratégicos del plan de distribución	17
2.3.1 Estudio y determinación de las rutas y los puntos de destinos.....	18
2.3.2 Estudio y determinación de los medios de transportes que se utilizaran para la distribución.....	21
2.3.3 Estudio de los costos de la distribución.	22

Capítulo III – Desarrollo del modelo estratégico de distribución selectiva nacional

3.1 Representación de datos a través de mapa de proceso de acuerdo a la estrategia logística de distribución.	25
3.2 Proyecciones del tiempo de entrega y los costos estimados de acuerdo a la estrategia logística de distribución	28
3.3 Análisis comparativo de las ventajas y desventajas de integrar a Frederic Schad como parte de la estrategia logística.	31
Conclusión	47
Recomendaciones	48
Bibliografía	
Anexos.-	
• Anexo 1.	
• Anexo 2.	
• Anexo 3.	

Agradecimientos

Primero que nada, quiero agradecerle a Dios por permitirme cumplir con todo el proceso de la carrera porque sin él nada de esto hubiera sido posible.

Quiero agradecerle a mi familia, a mis padres, **Damiana Emiliano y Narciso Guzmán**, por guiarme hasta este camino de aprendizaje y superación, por apoyarme cada día para dar lo mejor de mí. También les quiero agradecer a mis hermanos menores, **Narcy E. Guzmán Emiliano y Damián Guzmán Emiliano**, por apoyarme en este camino y siempre darme ánimos cuando las cosas se ponían difíciles.

Quiero darle un agradecimiento especial, a **Itzel Frías de Jesús**, por acompañarme en este camino desde el segundo cuatrimestre de nuestra carrera y a pesar de que las cosas en algunas ocasiones eran difíciles y delante de nuestros ojos casi imposible continuo a mi lado hasta el final.

A mis compañeros de monografía, **Oscar A. Fagerlund e Itzel Frías de Jesús** por confiar en mí para formar parte de este proyecto y ofrecerme su amistad, le deseo lo mejor en sus carreras y en sus vidas personales. Que Dios lo llene de bendiciones.

A la **Universidad APEC (UNAPEC)** por ser la institución que me dio la oportunidad de cursar mi carrera y hacerme profesional.

A mis asesores **Licda. Fe Adabel Acosta Ortiz y al Lic. Ariel Gratreaux Guzmán** gracias por brindarnos sus conocimientos y apoyo en este proyecto.

Y por último a todas aquellas personas que estuvieron conmigo en este camino de mi vida profesional, mis compañeros de clases, mis amigos y familiares. Gracias por ser parte de esta parte de mi historia.

Paula Beatriz Guzmán Emiliano

Dedicatoria

A mis padres, Damiana Emiliano y Narciso Guzmán por ser instrumentos que Dios utilizo para ser posible mi existencia en la tierra e hicieron que todo esto haya sido posible.

A mis hermanos Nancy Guzmán Emiliano y a Damián Guzmán Emiliano por apoyarme desde el día cero y hacerme sentir que podía ser capaz de hacer cualquier cosa si yo me lo proponía.

A mis demás familiares y a mis amigos más cercanos, Laura Patricia Núñez, Gabriela Espinal y Armando Clase, por representar amor y superación en mi vida. Gracias por estar conmigo en este camino. Que Dios los bendiga enormemente.

Paula Beatriz Guzmán Emiliano

Agradecimientos

A Dios, Gracias por permitirme lograr esta meta, por acompañarme en cada paso de mi vida. Por cuidarme y guiarme con tu infinito amor y sabiduría en el transcurso de mi carrera. Gracias porque en medio de los obstáculos que se me presentaron fuiste mi respaldo, y en ti encontraba la paz y la fortaleza que necesitaba en los momentos difíciles. Gracias por cada profesor, compañero y amigo que pusiste en mi camino para ayudarme. Sé que cumplir esta meta es primero es gracias a ti luego a todos mis familiares y seres queridos. Gracias por que sin tu voluntad y ayuda esto no hubiera sido posible.

A la **Universidad APEC (Acción Pro-Educación y Cultura)**, A nuestra prestigiosa institución por brindarnos la plataforma para desarrollarnos académicamente y formarnos como profesionales.

A mis padres **Concepción Frías** y **Maida De Jesús**, No hay manera de expresar cuan agradecida estoy por todo el esfuerzo y sacrificio que han puesto en mí, gracias por ser mis guías, porque siempre puedo contar con su amor y su apoyo de forma incondicional. Gracias por su cariño y comprensión. Los amo, y admiro mucho.

A mis **profesores** y **asesores**, gracias por formar parte de este camino durante nuestra carrera universitaria y por facilitarnos los conocimientos necesarios para ser buenos profesionales.

A mis compañeros, **Oscar Fagerlund** por su dedicación y esfuerzo en especial a **Paula Guzmán** por su compromiso y por brindarme su apoyo desde el inicio de nuestras carreras para juntas lograr esta tan anhelada meta. Les deseo muchos éxitos.

Itzel Frías De Jesús

Dedicatorias

A mis padres **Concepción Frías** y **Maida De Jesús** porque en ustedes encuentro la fuerza que me motiva a ser y dar lo mejor de mí, por los cuales me esfuerzo cada día para que se sientan orgullosos, ustedes representan todo lo que quiero ser en un futuro, son un gran ejemplo de amor, dedicación y compromiso.

A mis hermanas, **Xiomáyelin** y **Ashley**, por apoyarme, por comprenderme, por estar siempre dispuestas a ayudarme, por ser mis amigas y aliadas; a mi hermana mayor por esforzarse para que nosotras encontremos en ti un respaldo y ejemplo a seguir, y a mi hermana menor por ser única y creer en mí. A ustedes les agradezco de una manera especial.

A mis primos **Vianna**, **Claudia**, **Marcos** por siempre estar ahí para mí y en especial a **Lismer De Jesús** por ser como mi hermana.

A Jeffrey **Tavares** por formar parte del proceso y logro de esta meta y a **Paula Guzmán** por ser mi amiga y por acompañarme en estos años de estudio.

A mis demás familiares porque de una manera u otra forman parte de este logro.

Itzel Frías De Jesús

Agradecimientos

Agradezco a mi madre la Licda. Nancy E. de Jesús guerrera incansable por todo el apoyo entregado en este proceso y a mi padre el Lic. Pablo Austin Fagerlund que nunca me negó algo al comenzar este proceso tan importante en mi vida profesional y personal.

Agradezco fuertemente a mi hermano el Ing. Hazael David Fagerlund quien me ayudo y asesoro ante toda situación profesional desarrollada en el proceso. Tu madurez y tu capacidad son características que aún sigo contemplando como lineamientos a seguir.

Agradezco todo el apoyo y consejo recibido por parte de mi familia de LHC que han sido mis hermanos de otra madre desde que nos conocimos en primaria. Agradezco a la Licda. Nizaira Freites por todo el apoyo, seguimiento y preocupación que ha entregado como profesional y como persona.

Agradezco a la Universidad Apec (Acción Pro-Educación y Cultura) por prepararnos para un mundo inmenso lleno de adversidades que pueden ser combatidas con las herramientas que nos entregaron. Así mismo agradezco por haber hecho posible el conocer a compañeros como Jonathan Pérez, Bryan Herrera, Bryan Gil y un reencuentro con un amigo de infancia Jean Carlos Muñoz, con quienes desarrollé toda mi carrera y cada clase con ellos tomaba otro tono.

Agradezco a mis compañeras de monográfico Itzel Frías y Paula Guzmán por haber confiado en mí para culminar una etapa tan importante de nuestras vidas, su empuje y dedicación siempre será apreciado. Chicas los mejores deseos para ustedes en su vida personal y profesional.

Agradezco a mis asesores de monográfico la Licda. Fe Adabel Acosta Ortiz y el Lic. Ariel Gautreaux Guzmán por impartir y guiarnos en esta recta final con todos sus conocimientos, aportes y consejos.

Oscar Austin Fagerlund.

Dedicatoria

A mis padres Nancy de Jesús y Pablo Fagerlund que tanto batallaron para que su hijo más pequeño y enérgico tuviera lo mejor en cada momento, ustedes crearon mi persona con todos sus valores, debilidades, habilidades y normas. Yo solamente he sido una esponja absorbiendo todo lo necesario para esta vida, ustedes me lo han dado todo, sé que dicen que para los padres los hijos nunca crecen, pero de ahora en adelante soy yo quien les dará algo a cambio. Y aunque físicamente ya no estés con nosotros Don Pablo, te prometo que todo el esfuerzo otorgado por ustedes hacia mí lo veras dar frutos. Gracias mis pilares, gracias.

Oscar Austin Fagerlund.

Resumen

El presente trabajo monográfico fue realizado con el fin plantear el beneficio de una estrategia de distribución logística en las MIPYMES potenciando su productividad y margen de utilidad. Esta mejora de acciones y procesos se manifiesta bajo la toma de decisiones basada en el estudio del mercado para determinar la necesidad por parte del consumidor y si el proceso es guiará a un beneficio. Se confirmó el uso de esta serie en el desglose de los capítulos titulados “La logística de distribución en la República Dominicana”, “Análisis de la estrategia a implementar en el plan de distribución y sus factores” y “Desarrollo del modelo estratégico de distribución selectiva Nacional”. Estos desmenuzando el proceso de la logística desde la teoría que contiene los orígenes de la logística y cómo evolucionó durante las últimas décadas, las variables destacadas para la toma de toma decisiones efectiva en casos de estrategias convenientes para cada tipo de empresa y su situación, hasta la práctica en la cual analizamos la situación del rubro, costos de los servicios y un análisis comparativo entre las posibilidades de la situación de la empresa.

Palabras Claves

MIPYMES: es el acrónimo de Micro, Pequeña y Medianas Empresas, conglomerada a los tres tipos de empresas que dependiendo de su tamaño poseen una cantidad de empleados limitado y sus ganancias y activos son moderados.

Distribución: Es la encargada de hacer llegar los productos o servicios finales a manos del consumidor. (Emprende Pyme, 2016)

Estrategia: Es la determinación de las metas y objetivos de una empresa a largo plazo, las acciones a emprender y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas». (Sánchez, 2015)

Outsourcing: Consiste en que una empresa contrata a otra que se especializa en un área que no tiene la primera. Es una parte de la ocupación que puede ser recuperada más eficientemente por otra empresa, la cual es contratada para desempeñarla. (Javier Martínez Gutiérrez, 2017).

“La creación de canales de distribución propios acarrea grandes costes que por razones de rentabilidad no son aconsejables”

Enrique Díez

Introducción

La presente propuesta estratégica tiene como propósito construir, desarrollar y eficientizar un proceso que satisfaga las necesidades de un rubro en crecimiento continuo como es el mercado local (consumidores) el cual solicita que un producto innovador, artesanal y de calidad llegue que a ellos, por lo tanto utilizando técnicas financieras y logísticas como el outsourcing que permiten el desarrollo óptimo de las actividades naturales de la empresa, mientras que el servicio contratado concluye su labor de forma ética y profesional.

Con el fin de explorar las estrategias más efectivas para las PYMES en la República Dominicana hemos desglosado el presente en 3 capítulos que son los siguientes:

Capítulo 1: Este capítulo abarca desde el origen de la logística de distribución hasta la aplicación de las principales regulaciones y leyes para la distribución de productos comestibles en la República Dominicana, mientras se expone de manera exacta las funciones y el desarrollo de la logística en la República Dominicana. Este capítulo culmina con una explicación del proceso de distribución actual llevado por las PYMES, lo cual señala a una búsqueda de nuevas estrategias.

Capítulo 2: Este capítulo comprende una evaluación de los tipos de estrategias logísticas de distribución a considerar. El fin de esta evaluación es observar exactamente qué tipo de servicio de este renglón se necesita, comenzar un proceso de reconocimiento de los candidatos más adecuados y evaluar desde los medios de transporte, las rutas y posibles costos retrospectivos en cada caso.

Capítulo 3: Este capítulo comprende la evaluación de la estrategia con el candidato elegido como un proyecto que se desarrolla en las proyecciones del tiempo y costos aproximados a la estrategia tomada y un análisis comparativo el cual destaca las ventajas y desventajas de esta estrategia de distribución logística con relación al proceso actual llevado a cabo por las PYMES en la actualidad.

**Capítulo I - La Logística de distribución en la República
Dominicana**

1.1 Origen y evolución de la logística de distribución

La palabra logística etimológicamente proviene del término “Logistikos” el cual fue utilizado desde el siglo VII antes de cristo, esta palabra se refería a “diestro en el cálculo o saber calcular”. En Grecia cerca del año 489 a.C. se utilizaba la palabra logística como definición de algo lógico. El inicio de la logística moderna se avecina en el libro El Arte de la Guerra por Sun Tzu quien señala que sin organización y control no se pueden tomar las decisiones correctas por lo que el éxito se aleja, las frases “Los factores en el arte de la guerra son: primero, los cálculos; segundo, las cantidades; tercero, la logística; cuarto, el equilibrio de poder; y quinto, las posibilidades de victoria están basadas el equilibrio de poder” (Tzu) y “La línea entre el orden y el desorden reside en la logística” (Tzu) estas frases dan claridad y paso a Précis de l'art de la guerre (Compendio del arte de la Guerra) del barón Antoine Henri Jomini quien hizo referencia de una teoría de abastecimiento y distribución de las tropas francesas durante la guerra “Recibiendo los franceses la batalla con un desfiladero a retaguardia y unas praderas cubiertas de arboledas y cortados por pequeños ríos y jardines, era necesario haber echado un número de pequeños puentes, abrir paso para que condujeran a ellos y marcar con jalones las comunicaciones.

Si bien estas precauciones no hubieran evitado la pérdida de aquella batalla decisiva a los franceses, hubieran podido salvar un gran número de hombres, cañones y carros de municiones que se vieron obligados a abandonar.”

El concepto logístico más cercano a como lo conocemos hoy en día se estableció en 1844 por el ingeniero, matemático y el economista francés Jules Juvenel Dupuit, quien asocia comercialmente los costos de inventario con los costos de transporte. A partir de este punto de vista el desarrollo del término y funciones se expandieron y profundizaron más en el ámbito militar en el cual se desarrolló una terminología comprendiendo el transporte y abastecimiento de los puntos de forma exacta. A partir de los años 50 se comienzan a desarrollar diferentes etapas en la logística a

nivel mundial, debido a las economías con altas demandas a otras con exceso de oferta. A continuación, la evolución característica de la logística desde 1950:

Los años 1956 -1965 se nombran como la década de idealización de la Logística en la cual se desarrollaron análisis del costo total de los procesos logísticas, se orientó al uso de sistemas de análisis en las interrelaciones del sistema logístico, se generó un incremento en la inquietud sobre el servicio brindado al consumidor minimizando el costo logístico, así como la una mayor atención hacia sus canales de distribución.

El periodo comprendido entre 1966-1970 se nombra como la evaluación del concepto de Logística ya que en este periodo se fragmentó y desarrollo lo que comprenden la administración de materiales y la distribución física. Mientras que los sistemas de medición de desempeño (KPI) potenciaban la optimización local y así evitar la integración.

Los años 1971-1979 se destacaron por el cambio de prioridades que surgió a base de la crisis energética que potenció a una implementación de mejora del transporte y almacenamiento, se generó preocupación por el impacto de las operaciones logísticas al medio ambiente, los altos costos de capital y de la recesión obligaron a una fuerte administración de los materiales por la incertidumbre en la obtención de los insumos y la computación impulsó el desarrollo de modelos logísticos.

La década de los 80's recibió como característica principal la revolución tecnológica la cual tuvo un incremento en la productividad debido a la liberación del transporte lo cual mejoró la coordinación de la distribución, manufactura y abastecimiento. Los avances tecnológicos como la micro computación logro compenetrar los lazos entre el cliente y la empresa mediante el intercambio de información y descentralización, mientras que un nuevo procedimiento conocido como el código de barras potencia y centraliza la coordinación de los elementos del proceso logístico.

La década de los 90” s se conoce como “La década de las Fuerzas integradoras” debido a la integración o adición y mejora en procesos para una con el fin de elevar la productividad por lo que disminuyeron los ciclos de los productos, ocurrió una segmentación del mercado y crearon nuevas opciones lo cual despertó un alto nivel de expectativa por parte del consumidor. Los avances de la tecnología impulsaron el producto y la información hacia los mercados globales. Estos cambios generaron un aumento en la competitividad a groso modo y de presión en los márgenes de utilidad.

1.2. Descripción de las diferentes funciones de la logística de distribución

Se puede decir que la función general de la distribución (Fulgencio, 2015) “es hacer pasar los productos y servicios del estado de producción al estado de consumo.” (Books, 2019)

En términos más específicos la logística de distribución es la encargada de hacer llegar los productos o mercancías a los consumidores o clientes en el mejor estado posible. Entre sus funciones principales están poner a disposición del consumidor el producto demandado, el procesamiento de los pedidos, tener una buena gestión en sus almacenes para evitar cualquier percance que pueda ocurrir, el embalaje de sus productos con el fin de protegerlos de cualquier daño que puede recibir y por supuesto el transporte de la mercancía hacia los puntos que el cliente había pedido con anterioridad. Estos puntos son mencionados en el artículo en la web Logística de Distribución escrito por Patricia Nuño en la página emprendepyme.net.

- **“Poner a disposición del consumidor**, y de manera eficaz, el producto o servicio que haya demandado, en el momento y cantidad precisos.
- **Procesamiento de pedidos.** Tratar las órdenes de compra en el orden y tiempo adecuados para ofrecer un servicio de entrega lo más óptimo posible

- **Gestión de almacén.** Es necesario llevar un control de las entradas y salidas de los diferentes productos del inventario que gestionamos en nuestro almacén. De lo contrario, llevaremos un caos tremendo lo que ralentizará los tiempos de entrega y, posiblemente, nos lleve a muchísimas confusiones a la hora de preparar los pedidos.
- **Embalaje de los productos.** Se deben proteger y preparar los productos de la manera adecuada. Por ejemplo, si se trata de un producto muy frágil y que pueda romperse fácilmente, es nuestra obligación indicarlo en la caja para que desde la empresa de distribución lo manejen con cuidado y garantizar así su entrega perfecta. (www.emprendepyme.net, 2019)
- **Transporte del producto.** Aquí tendremos toda una serie de rutas establecidas a través de diferentes medios de transporte para que la entrega sea lo más ágil posible" (Nuño, 2018)

Para tener una buena ejecución a la hora de distribuir un producto o una mercancía debemos tomar en cuenta los cuidados los factores mencionados anteriormente para entregarle el mejor servicio a nuestros clientes acoplándonos a sus exigencias y preferencias cuando a su mercancía se refiere.

1.3 Desarrollo de la logística de distribución en la República Dominicana.

La República Dominicana ha tenido un crecimiento muy representativo en los últimos 25 años, teniendo una gran expansión en la económica muy peculiar del 5.2% anual tras tener un crecimiento anual promedio de un 7.1% del 2014 al 2017 y de un 7% para el 2017, así como lo expresa el Banco Mundial en su último reporte sobre el crecimiento de la República Dominicana.

"La República Dominicana ha acostumbrado un fuerte incremento en el ámbito económico en los últimos años, con un promedio del 5,1 por ciento anual entre 2008 y 2018, el segundo más alto de ALC. El ritmo se aceleró a un promedio de 6.6 por

ciento por año entre 2014 y 2018, y un 7 por ciento en 2018, impulsado por la fuerte demanda interna. Fue la economía de ALC de más rápido crecimiento en ese período de cinco años.

El crecimiento sostenido ha reducido la pobreza y la desigualdad, ayudando a expandir la clase media. A pesar del progreso, si la República Dominicana desea alcanzar su objetivo de convertirse en un país de altos ingresos para el 2030, debe enfrentar seis desafíos prioritarios identificados en el Diagnóstico Sistemático de País más reciente del Banco Mundial. Debe mejorar el equilibrio fiscal, aumentar su capital humano, promover un mejor ambiente de negocios, mejorar la gestión de los recursos naturales, mejorar la resiliencia ante los desastres y los riesgos relacionados con el clima, y aumentar la transparencia y la responsabilidad en la formulación de políticas". (www.bancomundial.org, 2019)

Gracias a los crecimientos favorables que ha tenido la República Dominicana en los últimos años, el hecho de que el país tenga uno de las mejores vías terrestre que le permite conectarse a los distintos pueblos y ciudades, ayudando al crecimiento del país.

La red vial son unos de los elementos más importante a la hora de comercializar un producto o servicio dentro de la República Dominicana, por ello el país ha invertido y construido carreteras que puedan conectar de extremo a extremo mejorando de este modo la economía dentro del país.

"República Dominicana ocupa la posición número uno en materia de infraestructura de transporte, en el área que comprende a Centroamérica y el país caribeño, de acuerdo con los resultados emitidos en el "Reporte Global de Competitividad 2018-2019" del Foro Económico Mundial (FMI).

Este reporte se basa en un comparativo de 140 economías a nivel mundial con respecto a los principales pilares que sustentan su posicionamiento para la generación de desarrollo económico y la atracción de inversiones.

En cuanto a la región que comprende Centroamérica y República Dominicana (CARD), el reporte continúa mostrando resultados mixtos: con Costa Rica (55/140) a la cabeza producto de la solidez institucional y la calidad del sistema educativo y de salud, pero con un importante rezago en infraestructura de transporte. En esta área de construcción de transporte, específicamente, destaca República Dominicana (49/140) como el mejor calificado y Panamá como el país con los mejores puertos de América Latina.” (www.eldinero.com.do, 2019) (El Dinero,2018)

Debido al crecimiento sostenibles de la economía en los últimos años y el desarrollo y las mejoras en las infraestructuras terrestres se ha facilitado la distribución nacional a las distintas regiones del país, con todo este punto a favor de la República Dominicana tiene el potencial de convertirse en el principal centro de distribución.

“República Dominicana tiene el potencial para convertirse en el principal centro de distribución para las Américas de los 53 países que forman la Mancomunidad que en conjunto generan el 25 por ciento del comercio mundial, (Ortiz, 2018) se destacó hoy.” (www.elnacional.com.do, 2019)

Gracias a estos factores tan favorables, como las nuevas y mejoras ruta de transporte terrestre y el crecimiento sostenible que el país ha tenido en los últimos años, por ello el país tiene una gran oportunidad de desarrollar el crecimiento de las MiPyMEs en la logística de distribución de sus productos o servicios a los distintos puntos del país, de este modo teniendo un incremento el comercio nacional e internacional.

1.4 Principales regulaciones y leyes para la distribución de productos comestibles en la República Dominicana.

Las regulaciones y leyes establecidas con relación a la distribución de productos comestibles a nivel nacional son amparadas por el Reglamento Sanitario de Alimentos de la República Dominicana.

Anterior a este estaba en vigencia el Decreto 528-01 emitido por Hipólito Mejía en 2001, el cual fue actualizado en la Resolución número 007-2017 por el Consejo Nacional en fecha 4 de mayo de 2017 con el fin de que responda a las necesidades del país.

El Reglamento Sanitario de Alimentos engloba todas las regulaciones de alimentos para unificarlos en un mismo objetivo que se define en el Artículo 1, el cual es “establecer las condiciones sanitarias y de regulaciones a que debe ceñirse, la producción, manipulación, importación, elaboración, envasado, almacenamiento, distribución, transporte, venta de alimentos para consumo humano y habilitar el establecimiento a fin de proteger la salud y nutrición de la población y garantizar el suministro de productos sanos e inocuos.”

Estas regulaciones se deben llevar a cabo por todos los participantes en la producción y manipulación de alimentos en República Dominicana, según el Artículo 2 aplica para las tanto personas físicas como jurídicas que se relacionen o intervengan en los procesos del reglamento, dentro de estos también están: los establecimientos, los medios de transporte y la distribución utilizada para este fin.

En este reglamento se abarcan un sin número de capítulos, títulos y artículos que regularizan el transporte para la distribución de alimentos en República Dominicana.

El Capítulo II que tiene como título “los requisitos de higiene en la zona de producción y recolección” destaca en el Artículo 16 que “Los medios de transporte

de los productos alimenticios recolectados deben ser de materiales y construcción tales que permitan una limpieza fácil y completa. Deben mantenerse limpios y en caso necesario, ser desinfectados o desinfectados con productos que no dejen residuos tóxicos.”

Por otro lado, los requisitos de la higiene en la elaboración y transporte de los alimentos se establecen en el Artículo 61 y Artículo 62 donde explica que “los productos terminados deben almacenarse y transportarse en condiciones adecuadas de temperatura y humedad que garanticen que sean aptos para el consumo humano”. Y que el transporte de los alimentos perecederos que necesiten frío para su conservación sólo se podrán realizar en un transporte adecuado para mantenerlos en buen estado, al igual que los otros alimentos, en perfecto estado de limpieza y mantenimiento.

Cabe destacar que solo pueden realizar actividades como: la elaboración, la transportación, la importación, el almacenamiento, las ventas, las publicaciones y el suministro de alimentos al público con previa autorización del Ministerio de Salud Pública según el Artículo 76 del reglamento.

Del mismo modo, todos los alimentos que se distribuyan deben de estar rotulados y tener correcta la publicidad del mismo, el cual está compuesta por: el nombre del alimento, el número de registro sanitario y la fecha de elaboración y caducidad con los parámetros establecidos en el Artículo 145 del Reglamento.

Tomando en cuenta que la irradiación de alimentos es un método que interviene de manera directa con los productos alimenticios, el reglamento también contiene disposiciones para este tipo de procedimientos, los cuales se encuentran en el Capítulo I de la irradiación de alimentos, párrafo II el cual manifiesta que “los materiales de empaque deben ser apropiados para la irradiación y adecuados para impedir la reinfestación, la recontaminación o el deterioro del producto durante su almacenamiento y transporte.”

No atenerse a las normas establecidas en el Reglamento Sanitario de alimentos conlleva una sanción llamada en el Artículo 632 del Reglamento “infracción moderada”, en esta se establece que “fabricar, manipular, almacenar, transportar, importar, exportar, distribuir, comercializar, suministrar o cualquier otra forma de operación de alimentos en violación a lo ordenado en este reglamento y los requisitos y parámetros estipulados en el mismo. (www.members.wto.org, 2019)”

1.5 Tendencias de distribución en las MiPyMEs especializadas en la venta de postres de la República Dominicana.

Actualmente en la República Dominicana las micro, pequeñas y medianas empresas han aumentado de manera significativa. “Según el boletín trimestral de la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE), las Mipymes aportan un 38.6% al producto interno bruto (PIB).” (www.eldinero.com, 2019). En el que, la participación de Mipymes que se dedican tanto a la producción de alimentos y bebidas en el sector de manufactura, como a la venta de los productos ya terminados en el sector servicio, ocupan de los primeros lugares en los porcentajes según la cantidad de las mismas.

“El boletín número 9 del Observatorio MIPYMES, dedicado a empresas de manufactura, publicado por el Viceministro de Fomento a las MIPYMES del Ministerio de Industria, Comercio y MIPYMES (MICM), destaca que más del 36% de las empresas de manufactura se dedican a la producción de alimentos y bebidas, incluidos los productos lácteos”:

“Hay alrededor de 3,300 PYMES que se dedican a labores de manufactura. Entre las labores mayores que se presentan en estas microempresas, encontramos: (Producción de alimentos y bebidas) (36.1%)”,(ver Gráfico). (https://micm.gob.do, 2019)

En las micro dedicadas a actividades manufactura tanto fijas como móviles suman un total de 103,745 en donde las micro de elaboración de productos alimenticios y bebidas son aproximadamente 30,475 representado un 29.38% de ese sector.

Y según el boletín número 8 del Observatorio MIPYMES, dedicado a empresas de servicios:

“Hay aproximadamente 7,371 PYMES dedicadas a actividades de servicios, en el que (Hoteles, y restaurantes= representan un (5.2%)”, (ver Gráfico 2)

En las micro dedicadas a la actividad de servicios tanto fijas como móviles suman un total de 421,052, en donde las micro de venta de alimentos y bebidas y servicios de alojamientos como son los hoteles, bares y restaurantes son aproximadamente de 63,624 representando un 15.11% en el sector servicio. (www.one.gob.do, 2019)

Aunque no existen reportes realizados por los organismos encargados con las cantidades exactas de micro, pequeñas y medianas empresas que se dediquen a la actividad específica de la venta de postre, está claro que estas cifras se han tenido un incremento considerable en los últimos años.

Por esta razón, nos dimos la tarea de observar, investigar y analizar, en primer lugar, cuales son las mipymes dedicadas a esta actividad y luego, conocer cuál es el método de distribución utilizado para llegar al consumidor final.

En este proceso, nos pudimos dar cuenta que no hay micro, pequeñas y medianas empresas que cubran el territorio nacional con las ventas de postres. Existen dos marcas reposteras que abarcan diferentes regiones del país, pero que están vinculadas de manera directa a grandes empresas y por la cantidad de empleados e ingresos no están dentro del renglón de micro, pequeñas y medianas empresas, las cuales son: La Panera marca propia de CCN y Buen Horno marca propia del Grupo Ramos, cabe destacar que estas marcas solo se encargan de la elaboración

del producto para abastecer a los supermercados mencionadas anteriormente y no poseen una identidad comercial independiente.

Las micro, pequeñas y medianas empresas dedicadas a esta actividad, en su mayoría son fijas, es decir, poseen un local en cual ofertan sus productos al consumidor final, en algunos casos ofrecen servicio delivery, como parte esencial de su proceso de distribución, el cual consiste en mensajeros motorizados o con vehículos que se encargan de llevar los pedidos que los clientes realizan, a su lugar de destino.

Las desventajas que pudimos observar en este proceso de distribución, es que los medios de transporte que utilizan, normalmente no están en condiciones para desplazar alimentos que necesitan de una temperatura determinada para mantener un buen estado, y que, este servicio solo cubre las zonas cercanas al local.

Por otro lado, las móviles, no poseen local y su proceso de distribución consiste en hacer sus productos y ofrecerlos en universidades, plazas, recintos escolares, entre otros. Actualmente se ha popularizado la modalidad de realizar ventas por las redes sociales y luego, dependiendo si tienen alcance en la zona a la que va destinado el pedido, se encargan de hacerlas llegar, ya sea por puntos de reunión o enviados por diferentes medios de transporte.

Las desventajas que pudimos observar en este proceso de distribución, es que, en primer lugar, depende de un medio que representa un riesgo tanto para el cliente como para el vendedor, estas son las redes; en la cual hay una probabilidad de que el vendedor no sea quien dice ser, ni el cliente tampoco; está también la probabilidad de que estas redes dejen de funcionar correctamente, o de que el cliente se arrepienta del pedido y deje el producto elaborado en manos de su vendedor.

La ventaja de este proceso de distribución es la reducción de los gastos que implica tener un local, con empleados y con las condiciones óptimas para recibir un cliente.

Capítulo II - Análisis de la estrategia a implementar en el plan de distribución y sus factores

2.1 Determinación y evaluación de los tipos de estrategias logísticas de distribución a implementar

Mediante una breve conceptualización de las posibles estrategias de distribución a tomar se destacan mayormente la estrategia de distribución selectiva y la estrategia de distribución mediante terceros u Outsourcing.

La estrategia de distribución selectiva consiste en el posicionamiento del producto en puntos de ventas exclusivos que como sacrificio trae consigo la exclusión de otros. Este tipo de estrategia funciona mediante un sistema "PULL" el cual se caracteriza por la demanda generada que se canaliza para la producción del producto, este es un método proveniente de la manufactura esbelta (Lean Manufacturing). En esta estrategia se renuncia básicamente a lo que es la venta en grandes cantidades por la limitación de los puntos de ventas, pero se posiciona ante el consumidor mediante un buen esfuerzo publicitario el cual concrete lo que desee el cliente y este sea el que lo exija. Entre las ventajas de este tipo de estrategia se encuentran: La confirmación de la presencia del producto o marca dentro de los mejores mercados o de las zonas más activas por exigencia del cliente, un ahorro significativo en gastos de distribución si el esfuerzo realizado es propio, mayor control de los estándares de calidad de la marca y precios. Así como existen ventajas existen sus desventajas las cuales son importantes tomar en cuenta en el momento de la decisión para el cumplimiento de las metas o visión: La accesibilidad del producto o marca se limita al público en general por los puntos de ventas exclusivos que se utilizan, desconocimiento del público en general ante las otras marcas o productos del mismo segmento y que la competencia si este situada en aquellos puntos de ventas no elegidos los cuales generalmente exceden los puntos seleccionados.

La estrategia de tercerización de servicios u Outsourcing, es una herramienta financiera y logística que mediante la contratación de una entidad se delega un proceso o servicio a realizar, con el fin de que esta tarea sea culminada de forma

efectiva y profesional. En este caso la distribución del producto es realizada por la parte contratada a los puntos de ventas especificados que podrían ser todos los deseados y aprovechar el paradigma de la demanda potencial. La parte contratada es una entidad con experiencia en el servicio por lo que las recomendaciones y aportes que este realiza en el momento de la negociación son tomados en cuenta. Existen numerosas ventajas dentro de esta estrategia de las cuales resaltan: Correcta y efectiva distribución mediante canales y rutas consultados y aprobados por ambas partes, menor carga de responsabilidad para la empresa productora, experiencia ante imprevistos, disminución de los costos operativos de la empresa productora y permite que la empresa productora se enfoque en su naturaleza. Así mismo hay desventajas dentro de este tipo de estrategia como son: pérdida de control en la producción, sobre producción sin demanda requerida, posible falta de cumplimiento en los términos de confidencialidad, entre otros.

Ambas estrategias son sumamente efectivas y así como todas las estrategias tienen sus altas y bajas, pero esto no significa que la decisión de elegir una de estas estrategias se basa en las variables a favor o en contra, ya que estos son solamente datos que se adaptan a las capacidades de cada empresa para la toma de decisiones.

2.2 Frederic Schad como parte de la estrategia de distribución

El outsourcing seleccionado debe cumplir su función estratégica de distribución ofreciendo garantías de calidad, seguridad, eficiencia y reducción de costos.

Esta seguridad la brinda una empresa con años de experiencias, la razón por la cual las empresas subcontratistas de más antigüedad representan más seguridad, es por el hecho de que, se reducen los errores por la curva de aprendizaje.

Del mismo modo también se debe tomar en cuenta su participación en el mercado y que en las opiniones generales se reconozca su calidad al prestar servicios al igual que el seguimiento los parámetros según los estándares establecidos.

Luego de una investigación exhaustiva de las diversas empresas transportistas de carga del país; para la elección del outsourcing que será parte de la estrategia logística de distribución preferimos seleccionar uno de los siete centros logísticos certificados por Aduanas en diciembre del 2017, es uno de los centros de logística a los cuales se refería el Director General de Aduanas, (Paniagua, 2017) cuando resaltó “la importancia estratégica de los centros logísticos para la República Dominicana” afirmando que la economía nacional se verá impactada por “el desarrollo y la solidez de los centros logísticos en el país, como instrumento de facilitación de comercio” (www.elnacional.com.do, (2017, diciembre 27). Aduanas dice centros logísticos recaudan RD\$ 1,212 millones – El Se recuperó el julio 5, 2019 de <https://elnacional.com.do/aduanas-dice-centros-logisticos-recaudan-rd-1212-millones/>, 2019). Además de su relevancia en las finanzas del país este centro logístico también se destaca por el buen desempeño de sus actividades, el cual es la Frederic Schad.

La Frederic Schad es un centro logístico que se encarga de carga aérea, transporte terrestre, almacenamiento fiscal, operadores de terminales, instalaciones para reparaciones, remolcadores, salvamentos, corredores de seguros, asistencia legal marítima, inspecciones de carga y buques, excursiones para buques de pasajero y distribución de mercancía en el territorio nacional fundada en Santo Domingo en el 1922.

La Schad tiene más de 90 años en el mercado lo que lo ha convertido en un centro logístico estable y de renombre, creando de este modo relaciones duraderas con diferentes cadenas de supermercados siendo una ventaja al momento de transportar los postres ya que los mismos serán distribuidos a las distintas cadenas de supermercados del territorio nacional.

Debido a que la Schad tiene más de 90 años laborando en el mercado de la logística de distribución en la República Dominicana, cuenta con más de 800 empleados que se encargan de desmontar las mercancías de los camiones, almacenarla si hacía se requiere para luego distribuirla por los distintos puntos del país. Teniendo más de 8000 m2 de espacio de almacenajes en sus naves.

El presidente ejecutivo de la Frederic Schad se preocupa por mejorar el proceso de distribución ya que según la publicación del Periódico Información "El empresario logístico Alexander Schad resaltó la importancia de que ese sector se continúe abocando a optimizar la infraestructura para la mejora del proceso de distribución de los bienes comerciados en el extranjero y en el mercado nacional, en base a una cadena de suministro avanzada como demanda el nuevo marco legal de Centros Logísticos.

Alexander Schad planteó dichas consideraciones, a propósito de inaugurar un nuevo Almacén y Centro Logístico de Distribución que vendrá a maximizar los servicios de carga que suministra la empresa Frederic Schad a su mercado objetivo, integrado por sectores clave como alimentos, bebidas y consumo masivo así como algunos más especializados como son farma, tecnología informática y telefónica." (www.lainformacion.com.do, 2019)

También se debe tener en cuenta que Frederic Schad tiene almacenes en Santo Domingo, Santiago y Punta Cana permitiendo de este modo que los productos de cualquier tipo puedan llegar a su destino sin problema alguno, facilitando a los clientes sus negociaciones en los distintos puntos del país.

Al subcontratar a la Schad no se necesitará ningún tipo de almacén para nuestros productos, sino que ellos se encargan, como había mencionado anteriormente, tampoco necesitaremos invertir grandes cantidades de dinero en camiones especializados para la carga de los productos, disminuyendo los costos y gastos

que pudiéramos tener al ser nosotros mismo quienes tuviéramos que almacenar y distribuir la mercancía.

Es por ello que tomamos la decisión de usar a Frederic Schad como una estrategia de la distribución de nuestros productos por la complejidad y la delicadeza de los mismo, disminuyendo de este modo los costos y gastos de la MiPyMEs.

2.3 Determinar los factores estratégicos del plan de distribución

Las empresas que depende de la distribución para llevar el bien o producto a los consumidores finales necesitan que esta sea efectiva, y más que efectiva, eficiente.

Antes de que una micro, pequeña o mediana empresa tome una decisión en relación a un elemento que juega un papel muy importante en sus ganancias y en su posicionamiento en el mercado, como es la distribución; necesitan determinar si se pueden implementar estrategias en este proceso que le permitan crecer y desarrollarse en un mercado tan competitivo como el de la actualidad, esto se logra a través de la evaluación de los factores que influyen en el rendimiento del mismo.

En la distribución se debe tomar en cuenta lo siguiente:

- Las líneas de distribución y aprovisionamiento, para que el producto llegue al lugar adecuado y pueda penetrar en el mercado aumentando su participación en el mismo.
- Los medios de transportes, para que el producto pueda ser entregado en perfectas condiciones.
- El costo, tratar de obtener el menor costo posible, ya que esto ayuda a evitar la disminución de los márgenes de utilidad.

2.3.1 Estudio y determinación de las rutas y los puntos de destinos.

La estrategia que se va a implementar en cuanto al mercado al cual va ser ofertado el producto fue la selectiva, lo que quiere decir que se concentrará en destinos con más probabilidades de venta o que se consideren importantes.

El territorio nacional está compuesto por varias zonas, las cuales son, zona metropolitana, zona esta, zona norte o Cibao y zona sur. La Shad posee varias rutas que cubren todas estas zonas.

Las cantidades de rutas dependen del volumen de mercancía que se trasladen, esto lo que quiere decir es que, si un camión que va destinado hacia un lugar en específico y se llena por la cantidad de mercancía, entonces se hacen dos rutas hacia el mismo lugar.

Actualmente la Frederic Schad tiene 30 rutas que cubren las entregas a supermercados a nivel nacional.

- En la Zona Metropolitana hay 11 rutas divididas de la siguiente manera:
 - 3 para Santo Domingo Este
 - 4 en el Distrito Nacional
 - 2 para Santo Domingo Oeste
 - 2 para Santo Domingo Norte.

- En la Zona Este hay 4 rutas divididas de la siguiente manera:
 - 1 cubre varias provincias: San Pedro, Hato Mayor y El Seibo
 - 1 cubre La Romana
 - 1 cubre Higüey
 - 1 cubre Bávaro, Punta Cana.

- En la zona Noroeste hay 2 rutas:
 - 1 cubre Nagua-Cabrera

- y la otra Cubre Samaná, Las Terrenas, Las Galeras
- En la Zona Norte hay 9 rutas
 - 1 cubre Bonao-Villa Altagracia
 - 2 cubren San Francisco
 - 4 cubren Santiago,
 - 1 La Línea: abarca Dajabón, Santiago Rodríguez, Montecristi, y parte de las provincias de La Vega, Valverde y Santiago.
 - 1 Puerto Plata
- En la Zona Sur hay 4 rutas,
 - 1 cubre Baní, Azua y Ocoa
 - 1 cubre Barahona,
 - 1 cubre San Juan
 - 1 cubre San Cristóbal

Las cantidades de rutas la determina la Schad y a los puntos de destinos la persona física o jurídica que subcontrata estos servicios, en este caso, una micro, pequeña o mediana empresa,

La Frederic Schad les provee a diferentes cadenas de Supermercados en todas las zonas del país, pero como la estrategia de distribución es selectiva, se van a abarcar todas las zonas mencionadas anteriormente ofertando postres solo en la cadena de supermercado que se consideren rentable según las estadísticas de la encuesta realizadas con una muestra de treinta consumidores de postres del país.

En esta encuesta se pudo observar que las personas prefieren visitar los supermercados Jumbo y al mismo tiempo le genera más confianza adquirir alimentos de Jumbo, aunque La Sirena y Jumbo obtuvieron el mismo porcentaje en la pregunta ¿Cuál de estos Supermercados frecuenta más? con 43.33% cada una (Ver anexos), basados en estos datos, determinamos que los puntos de destino en su mayoría se dirigirán hacia los Supermercados Jumbo y solo un destino hacia los

Supermercados La Sirena en la zona Sur, esto es debido a que, aún no hay supermercados Jumbo en esa zona.

Los puntos de destinos están divididos de la siguiente manera:

Zona Metropolitana:

- La ruta Santo Domingo Este, hacia el Jumbo Megacentro y Jumbo Carretera Mella
- La ruta Distrito Nacional, hacia Jumbo Ágora Mall y Jumbo Luperón

Zona Este:

- La ruta San Pedro, Hato Mayor y El Seibo, hacia Jumbo San Pedro.
- La ruta La Romana, hacia Jumbo La Romana
- La ruta Higüey, hacia Jumbo Higüey
- La ruta Bávaro, Punta Cana, hacia Jumbo Bávaro.

En la Zona Norte:

- La ruta Santiago, hacia Jumbo Las Colinas
- La línea noroeste que pasa por La Vega, hacia Jumbo La Vega.
- La ruta Puerto Plata, hacia Jumbo Puerto Plata.

Zona Sur:

- La ruta Baní, Azua y Ocoa, hacia La Sirena Baní

Se escogieron los puntos de destino de manera que llegaran los postres a todas las regiones del país como se puede visualizar en el mapa. (Ver anexo 3)

2.3.2 Estudio y determinación de los medios de transportes que se utilizarán para la distribución.

Antes de elegir un medio de transporte para distribuir postres en todo el territorio nacional, hay que estudiar las diferentes opciones de vehículos que conserven el buen estado del producto, tomando en cuenta que los vehículos que se utilizan para este fin están sujetos a estrictas reglas y deben cumplir los parámetros establecidos en el Reglamento Sanitario de Alimentos, adicional a esto, también se debe evaluar que el costo de los mismos no represente un gasto muy elevado, considerando que se trata de una micro, pequeña o mediana empresa.

Según la publicación de Paco García en la que aporta consejos sobre los transportes de alimentos las características que debe tener los medios de transportes utilizados para distribuir alimentos que requieran que se conserven a una determinada temperatura hay varias alternativas a escoger:

- **“Vehículos isotérmicos.** Tanto las paredes, como el suelo, el techo y las puertas de estos vehículos están recubiertas con un material aislante. Esto evita que haya intercambio de calor entre el interior y el exterior
- **Vehículo refrigerado.** Este tipo de vehículo conserva un origen de frío que accede enfriar interiormente la caja vacía y mantener esa temperatura. Conservan el frío a temperaturas exteriores de entre 20°C y 30°C
- **Vehículo frigorífico.** Al igual que el anterior, tiene una fuente de frío que mantiene el interior entre los 12°C y los -20°C, a una temperatura exterior de 30°C como máximo.” (www.enlacocina.telemesa.es, 2019)

La Shad cuenta con medios de transportes óptimos para esta actividad y al elegirlos como distribuidores proporciona: camiones y contenedores Reefers con unidades Thermo King los cuales pueden mantener el furgón en temperaturas desde -30 grados + 30 grados Celsius

La Schad utiliza camiones y contenedores con El Thermo King porque este funciona como una planta independiente lo cual mantiene encendido la unidad como un refrigerador.

De la misma manera a la hora de elegir un transporte de se debe tener presente que tamaño del mismo, ya que un camión muy pequeño podría estropear la carga tratándose de alimentos como lo son los postres y uno con demasiado espacioso aumentaría el valor del servicio. Entre los tamaños de los camiones que posee la Frederic Schad para distribuir están:

- T1: Camiones de 7 pies con una capacidad hasta de 300 cajas o bultos
- T2: Camiones de 14 a 16 pies con una capacidad de 300 a 850 cajas o bultos
- T3: Camiones de 24 a 26 pies con una capacidad de 850 1200 cajas o bultos
- Cabezotes con una capacidad de 2000 cajas en adelante.

Una mipyme puede que no tenga la capacidad de producir y distribuir más de 300 cajas de postres, por lo que la carga sería ligera y constaría de un tamaño reducido, tomando la decisión de transportar en un camión de 7 pies.

2.3.3 Estudio de los costos de la distribución.

Los Outsourcing que se dedican a brindar servicios de transporte determinan el precio del mismo en base a los cálculos compuestos por los siguientes elementos:

- Peso de la carga.
- La altura de la carga.
- El ancho de la carga.
- Profundidad de la carga.
- Distancia de desplazamiento.
- Los tiempos de espera al momento de la entrega.

Completamos la información detallada anterior y se calcular el costo aproximado por carga según los precios del mercado, a continuación, lo desglosamos:

Datos de estimados de la carga:

Peso de la carga: 20 libras
La altura de la carga: 12" pulgadas
El ancho de la carga: 24" pulgadas
Profundidad de la carga 10" pulgadas

En base a estos datos, los precios aproximados del mercado por carga dependerán de la distancia en fecha de julio 2019 si son despachados desde la provincia Santo Domingo hacia:

Zona Metro desde RD \$255 a RD \$300
Distancia Corta desde RD \$275 a RD \$325
Distancia Larga desde RD \$320 a RD \$360
Distancia Especial desde RD \$375 a RD \$400

Las tarifas mencionadas son por carga y pueden aumentar si requieren turnos para la entrega y deben ser revisadas exhaustivamente

Nota: Estos precios son los aproximados según el mercado actual, no incluye el medio de transporte elegido y pueden ser variantes dependiendo el escenario.

Respondiendo a los factores determinados en los temas 2.3.1 y 2.3.2, en que se eligieron las rutas, puntos de destinos y los transportes especializados, a continuación, un coste estimado según el mercado de las rutas lineales de acuerdo a las zonas y a tamaño del camión utilizado:

Transporte	Zona Este	Zona Sur	Cibao	Zona Metropolitana
Camión 7 pies	\$ 7,400.00	\$ 4,000.00	\$ 8,000.00	\$ 2,000.00
Camión de 14 a 16 pies	\$ 14,500.00	\$ 14,000.00	\$ 11,000.00	\$ 4,000.00
camión 24-26 pies	\$ 20,000.00	\$ 18,000.00	\$ 15,000.00	\$ 6,500
Cabezote	\$ 25,000.00	\$ 20,000.00	\$ 18,000.00	\$ 10,000

La ruta realizada hacia el sur solo comprende la provincia de Baní es por eso que en la tabla anterior en el camión que se eligió, que es el de 7 pies, se calculó en base a la distancia del Distrito Nacional a Baní, por eso su costo es inferior al de los otros camiones con un mayor tamaño, ya que estos se calcularon en la Zona Sur completa.

**Capítulo III – Desarrollo del modelo estratégico de
distribución selectiva nacional**

3.1 Representación de datos a través de mapa de proceso de acuerdo a la estrategia logística de distribución.

Proceso para contratar servicios de la Frederic Schad

Primero que nada, debemos registrarnos como clientes en la Schad para que podamos recibir más agilidad en los procesos.

Lo principal es ser una empresa constituida, para que ellos y nosotros tengamos la constancia de que realmente estamos trabajando.

Lo siguiente debemos obtener es un acuerdo de confidencialidad, al llenar este contrato nada de lo que las empresas acuerden será revelado a la competencia o usado en contra de la misma Schad.

El acuerdo de crédito, es esencial que lo tengamos ya que eso nos permitirá realizar los pagos acordes al acuerdo y al tiempo a establecido anteriormente con a Schad y la empresa. También este tipo de acuerdo nos ayudará a poder recaudar el dinero necesario para poder pagar lo que se acordó en los pagos.

Seguimos con el acuerdo de riesgos, este es un tipo de acuerdo permite que si sucede algo con las mercancías la Schad y la misma empresa que esté solicitando los servicios tengan algo en lo que respaldarse en caso de que surjan algún accidente.

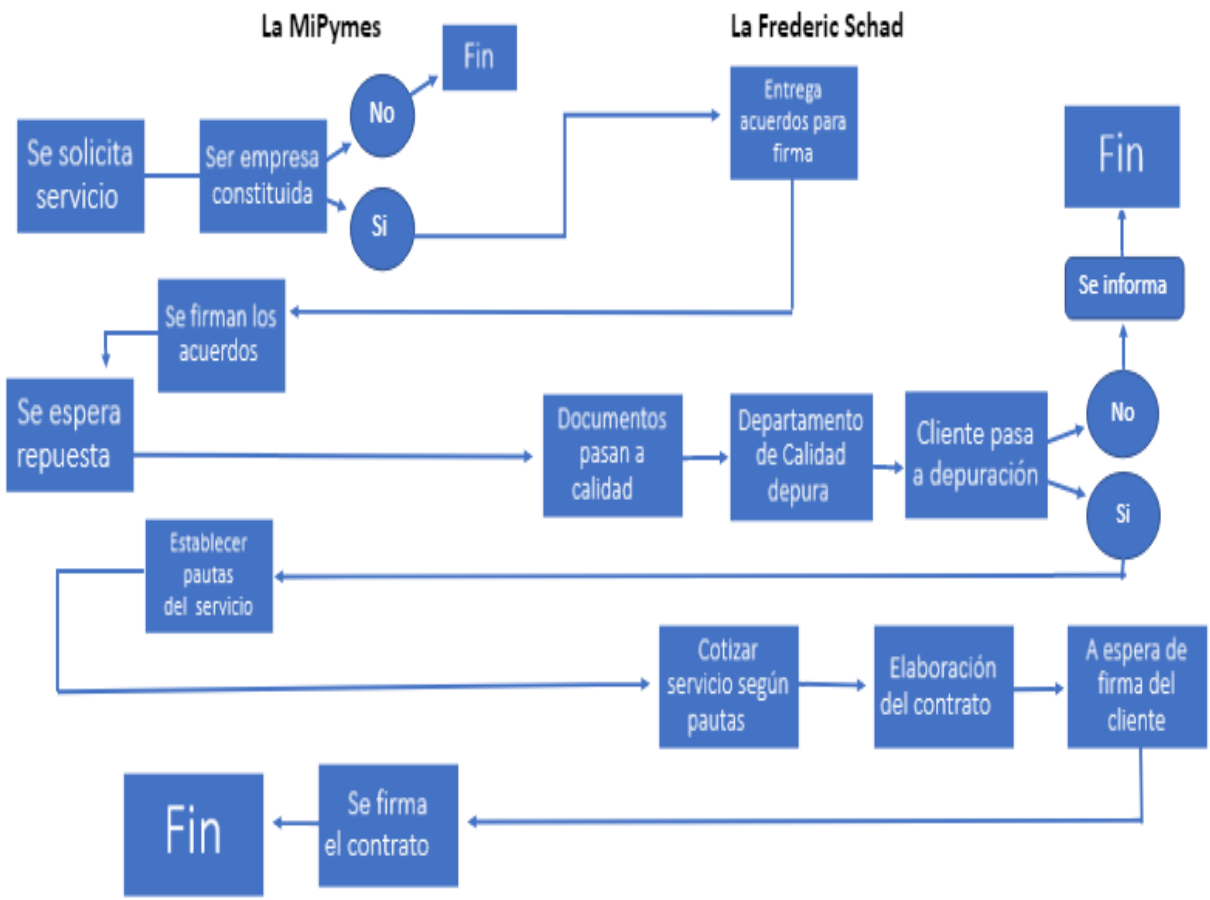
Luego se espera la respuesta de la depuración de parte del departamento de calidad de la Schad, las solicitudes con todos los documentos pasan a este departamento para ser evaluados para luego ser confirmado el registro pasa a ser cliente de la Schad, pero si no cumple con sus requisitos no puede ser cliente.

El siguiente paso el cual debemos gastar es la solicitud de la cotización, para que la MiPyMEs, tenga un margen de lo que va a pagar por cada mercancía que sea movida.

Una vez cotizado el servicio se procede a elaborar el contrato, todos los servicios de traslado de mercancías se trabajan bajo contrato o carta de intención para evitar inconvenientes, ya que todas las normas de tiempo y cantidad se establecen en ellos.

A través del contrato se da constancia de que ambas partes están de acuerdo, ya que la Schad se encarga de elaborarlo con las pautas establecidas y el cliente firma dando el consentimiento de que está aprobado.

Organigrama para contratar servicios de la Frederic Schad



Proceso de distribución

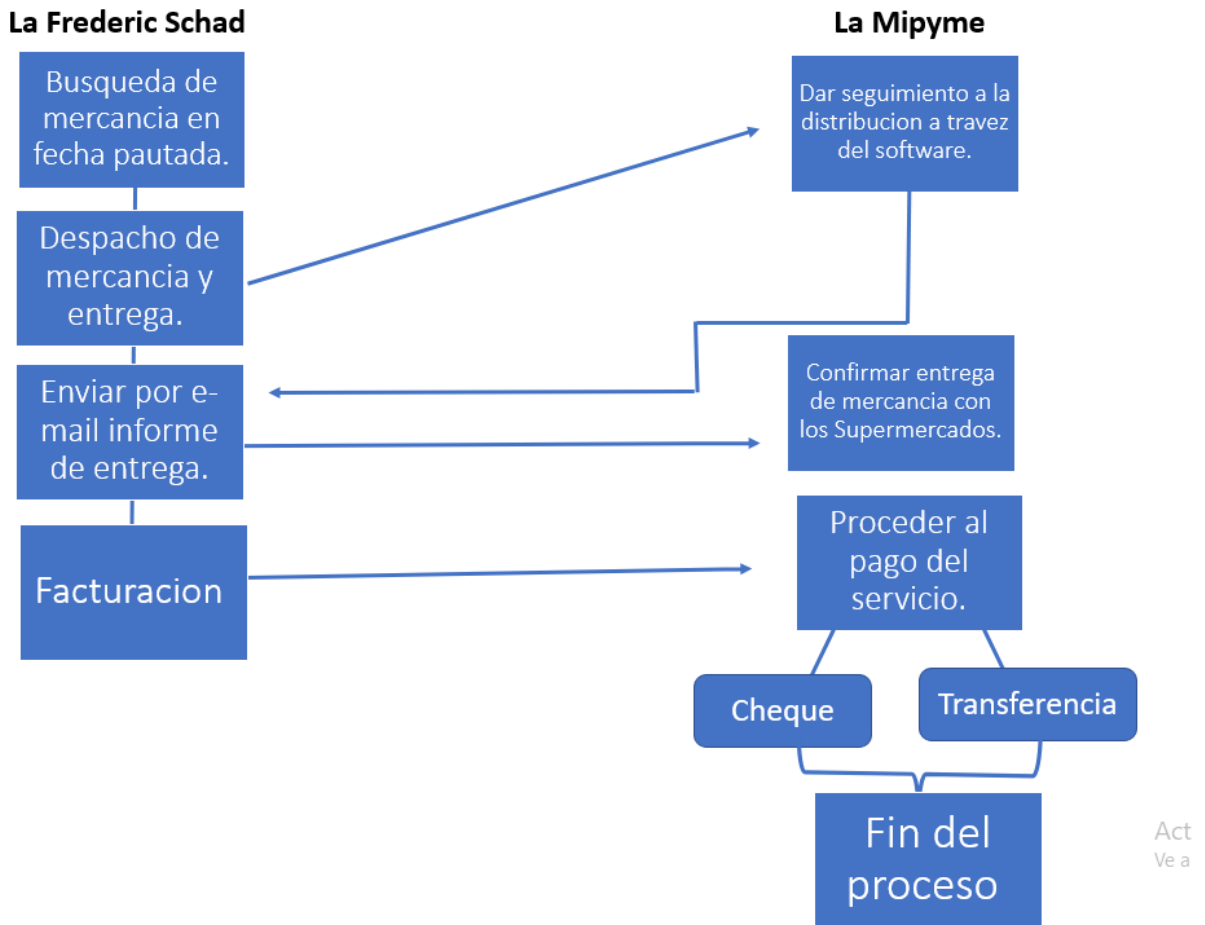
Una vez procesado el pedido, este comienza a ser subido a los camiones si la mercancía está en las instalaciones de la Schad, de ser lo contrario los camiones van al lugar del cliente y allí donde la mercancía es subida a los camiones. La Schad tiene un software propio donde se indica cuando la mercancía está en ruta y cuando ya fue entregada satisfactoriamente pero también él le envía al cliente un correo electrónico avisando que su mercancía llegó a destino.

Cuando la mercancía es entregada a los puntos de venta asignados por el cliente, la Schad coloca la factura en cuentas por cobrar dándole al cliente un margen de tiempo, ya establecido en el acuerdo de crédito, cuando este plazo haya culminado se le envía la factura para ser pagada.

Entre los métodos de pagos que le ofrece la Schad están las transferencias y los cheques. Esto es para darle la facilidad al cliente de que pueda pagar como mejor le convenga.

Sobre el valor agregado, cuando la Schad realiza un etiquetado de la mercancía que la requiera y el costo que esto conlleva, ellos hacen VAS tanto en la localización de la Schad como la localización donde el cliente y el mismo varía de acuerdo a volumen y complejidad del etiquetado, ellos también le pueden ofertar al cliente la materia prima o solamente el etiquetado.

Organigrama proceso de distribución



3.2 Proyecciones del tiempo de entrega y los costos estimados de acuerdo a la estrategia logística de distribución

Proyección de tiempo de entrega:

La eficiencia del proceso establecida por la Schad más la experiencia y profesionalidad asegura que el servicio contratado tiene una garantía en el tiempo de entrega estipulado en el convenio firmado por ambas partes. Este convenio estipula que las cargas recibidas y procesadas el día de ingreso acordado, mientras sean para entregas dentro de la zona metropolitana el paquete será trasladado a

su lugar de destino en menos de 24 horas. En caso de que esta carga tenga como destino el interior del país esta podría tener una duración máxima de 48 horas dentro de las cuales el cliente es notificado de cada movimiento significativo a su mercancía. Aunque estos tiempos de entrega se vean largos, la realidad es que estos comprenden un proceso en el cual cliente solo debe tener la mercancía empacada y lista para su recolecta en horarios laborales para que Schad recoja los bultos o neveras contratados, el tiempo máximo de espera de espera de cada uno de los paquetes por cliente es de 30 minutos, en caso de que no se cumpla el cliente podría ser penalizado dependiendo de lo contratado.

Los Costos promediados para la estrategia de Distribución.

La proyección financiera es una planificación o previsión que se trata del análisis de información para determinar las utilidades o pérdidas de un proyecto. A partir de esta proyección el encargado tiene toda la información necesaria para tomar las decisiones correctas. La persona encargada de esta decisión debe tener en cuenta factores tales como son la situación del mercado y de la empresa.

La situación del mercado abarca todo desde el comportamiento del consumidor hasta costos promedios utilizados por empresas intermediarias. La situación del mercado determina si es necesario o no el proyecto a discutir. Mientras que la situación de la empresa se abarca desde la naturaleza de esta hasta la capacidad de respuesta que esta puede alcanzar, observando las variables financieras que toman parte del engranaje de la empresa.

Mediante la recolección de información hemos obtenido datos que dirigen a un estudio de los costos estimados por la estrategia de distribución Outsourcing. Una de las ventajas más destacadas es que no es necesario realizar una inversión inicial ya que mediante el contrato se especifica el periodo de crédito otorgado.

Costos Mensuales					
Frederic Schad	Zona Norte	Zona Sur	Zona este	Zona Metropolitana	Total
Costos Camión	\$ 8,000.00	\$ 4,000.00	\$ 7,400.00	\$ 2,000.00	\$ 21,400.00
Costos Bultos	\$ 1,650.00	\$ 1,650.00	\$ 1,650.00	\$ 1,650.00	\$ 6,600.00
	\$ 9,650.00	\$ 5,650.00	\$ 9,050.00	\$ 3,650.00	\$ 28,000.00

Los Costos mensuales de zona ascienden a un monto de \$28,000.00 Pesos dominicanos. Que este transparenta un ahorro de casi un 50% en costos de distribución. Al proyectar el costo de esta estrategia anualmente se lleva un exponente operativo mínimo y efectivo.

Costos Anuales					
	Zona Norte	Zona Sur	Zona Este	Zona Metropolitana	Totales
Mes 1	\$ 9,650.00	\$ 5,650.00	\$ 9,050.00	\$ 3,650.00	\$ 28,000.00
Mes 2	\$ 9,650.00	\$ 5,650.00	\$ 9,050.00	\$ 3,650.00	\$ 28,000.00
Mes 3	\$ 9,650.00	\$ 5,650.00	\$ 9,050.00	\$ 3,650.00	\$ 28,000.00
Mes 4	\$ 9,650.00	\$ 5,650.00	\$ 9,050.00	\$ 3,650.00	\$ 28,000.00

Mes 5	\$ 9,650.00	\$ 5,650.00	\$ 9,050.00	\$ 3,650.00	\$ 28,000.00
Mes 6	\$ 9,650.00	\$ 5,650.00	\$ 9,050.00	\$ 3,650.00	\$ 28,000.00
Mes 7	\$ 9,650.00	\$ 5,650.00	\$ 9,050.00	\$ 3,650.00	\$ 28,000.00
Mes 8	\$ 9,650.00	\$ 5,650.00	\$ 9,050.00	\$ 3,650.00	\$ 28,000.00
Mes 9	\$ 9,650.00	\$ 5,650.00	\$ 9,050.00	\$ 3,650.00	\$ 28,000.00
Mes 10	\$ 9,650.00	\$ 5,650.00	\$ 9,050.00	\$ 3,650.00	\$ 28,000.00
Mes 11	\$ 9,650.00	\$ 5,650.00	\$ 9,050.00	\$ 3,650.00	\$ 28,000.00
Mes 12	\$ 9,650.00	\$ 5,650.00	\$ 9,050.00	\$ 3,650.00	\$ 28,000.00
	\$ 115,800.00	\$ 67,800.00	\$ 108,600.00	\$ 43,800.00	\$ 336,000.00

3.3 Análisis comparativo de las ventajas y desventajas de integrar a Frederic Schad como parte de la estrategia logística.

Se decidió integrar a la Frederic Schad como parte de la estrategia logística de distribución porque nos ayudará a eliminar, mejorar y reducir los siguientes elementos:

1. La inversión en equipos para la distribución:
2. Los gastos mensuales de la distribución.

3. El tiempo estimado de entrega
4. La calidad del proceso

A continuación, haremos un análisis comparativo de los elementos mencionados anteriormente por parte de la Frederic Schad y por cuenta propia.

1. Inversión en equipos para la distribución:

➤ Por cuenta propia:

Según el Reglamento Sanitario de Alimentos de la República Dominicana, los alimentos perecederos que requieran de una determinada temperatura deben ser distribuidos en los transportes con las condiciones adecuadas para la conservación de su buen estado, esto significa que se debe invertir en equipos refrigerados.

Los equipos que vienen con esta función instalada son camiones. Para determinar de cuanto sería la inversión aproximada en un camión refrigerado, se tomaron varios equipos de forma aleatoria con los precios del mercado actual, para proceder a sacarle la media, y de ahí una estimación de cuanto sería el precio a pagar por un equipo de estos.

Camiones:

Equipo	Precio
Hyundai H100 año 2009	RD \$515.000
Kia Bongo III año 2011	RD \$575.000
Hyundai Porter año 2012	RD \$620.000
Dong Feng Cargo Box 2013	RD \$500.000
Total	RD \$2.210.000

Precios extraídos de Corotos

Total de equipos (n) = 4

Media = (Suma total / n)

(RD \$2.210.000 / 4) = RD \$552,500

Precio estimado de camión = RD \$552,500

➤ **Por la Frederick Shad**

La Schad no deja esta opción a elección del cliente, si la carga requiere camiones refrigerados ellos calculan el costo del servicio incluyendo estos camiones.

2. Los gastos mensuales de la distribución

➤ **Por cuenta propia:**

Estos serían los gastos mensuales en los que se tendrían que incurrir si dependiera de la mipymes:

- Gasto 1: Combustible
 - Gasto 2: Empleados
 - Gasto 3: Mantenimiento del transporte
-
- Gasto 1: Combustible

Un camión promedio consume 10.81 km por 1 galón de gasoil.

A continuación, la distancia a recorrer por el camión según los destinos escogidos:

- Zona Metro

Rutas	Kilómetros
Desde el Distrito Nacional hacia Jumbo Luperón	6,7 km
Desde Jumbo Luperón hacia Ágora Mall	4,6 km
Desde Jumbo Ágora Mall hacia Jumbo Megacentro	10,9 km
Desde Jumbo Megacentro hacia Jumbo Carretera Mella	3,4 km
Regreso desde la Carretera Mella	15 km
Total kilómetros	40,60 km

Para recorrer 40,60 km necesitaría 3.76 galones de gasoil.

El gasoil óptimo tiene un precio para la fecha de julio del 2019 de 188.20

Total gastado en gasolina sería de un RD\$ 707.63

- Zona Sur

Rutas	Kilómetros
Desde el Distrito Nacional hacia La Sirena Baní	60 km
Regreso desde La Sirena Baní hacia el Distrito Nacional	60 km
Total kilómetros	120 km

Para recorrer 120 km necesitaría 11.10 galones de gasoil.

El gasoil óptimo tiene un precio para la fecha de julio del 2019 de 188.20

Total gastado en gasolina sería de un RD\$ 2,089.02

- Zona Este

Rutas	Kilómetros
Desde el Distrito Nacional hacia Jumbo San Pedro	76 km
Desde Jumbo San Pedro hacia Jumbo La Romana	44,90 km
Desde Jumbo La Romana hacia Jumbo Higüey	48,1 km
Desde Jumbo Higüey hacia Jumbo Bávaro	55,7km
Regreso desde la Jumbo Bávaro hacia el Distrito Nacional	202 km
Total kilómetros	426,70 km

Para recorrer 426.70 km necesitaría 39.47 galones de gasoil.

El gasoil óptimo tiene un precio para la fecha de julio del 2019 de 188.20

Total gastado en gasolina sería de un RD\$ 7,428.54

- Zona Norte o Cibao

Rutas	Kilómetros
Desde el Distrito Nacional hacia Jumbo La Vega	117 km
Desde Jumbo La Vega hacia Jumbo Las Colinas	40 km
Desde Jumbo Las Colinas hacia Jumbo Puerto Plata	72,3 km
Regreso desde la Jumbo Bávaro hacia el Distrito Nacional	207 km
Total kilómetros	436,30 km

Para recorrer 436.30 km necesitaría 40.36 galones de gasoil.

El gasoil óptimo tiene un precio para la fecha de julio del 2019 de 188.20

Total gastado en gasolina sería de un RD\$ 7,595.75

Total, combustible = (Zona Metro + Zona Sur + Zona Este + Zona Norte o Cibao)
= (RD \$707.63 + RD \$2,089.02 + RD \$7,428.54 + RD \$7,595.75) = 17,820.94

Total gasto en combustible mensual = 17,820.94

- Gasto 2: Empleados

“El sueldo mínimo para los trabajadores asalariados que laboran en empresas con menos de RD\$2 millones de activos debe RD\$12,249 al mes”
(www.acento.com.do, 2019)

Se necesita un mínimo de dos empleados para la distribución:

- Chofer: Encargado/a de conducir el camión asignado para distribuir y hacer entrega del producto.
- Asistente de distribución: Encargado/a de organizar y controlar la distribución, supervisar chofer, llevar a cabo todo el papeleo correspondiente al proceso.

A estos dos empleados se le pagaría el salario mínimo para una mipyme y los beneficios de ley.

La nómina mensual a empleados sería la siguiente:

Puesto	Sueldo Bruto	Descuentos			Sueldo Neto	Pagos empleador			
		AFP	SFS	Total Desc.		AFP	SFS	SRL	Infotep
Chofer	12.249,00	351,00	372,00	723,92	11.525,08	869,68	868,45	134,74	122,49
Asistente de distribución	12.249,00	351,55	372,37	723,92	11.525,08	869,68	868,45	134,74	122,49
	24.498,00	702,55	744,37	1.447,84	23.050,16	1.739,36	1.736,90	269,48	244,98

Total gastos de la empresa en empleados = (Sueldo neto + AFP Fondo de Pensiones + Seguro Familiar de Salud SFS + SRL Seguro de Riesgos Laborales + Infotep)

Total gastos de la empresa en empleados = 28.488.72

- Gasto 3: Mantenimiento del transporte

Según la Inca Power en su publicación de la importancia del mantenimiento preventivo de los camiones detalla que “El mantenimiento preventivo significa básicamente realizar inspecciones y reparaciones regulares para evitar problemas en el camión. Estas revisiones se basan en el tiempo de tu vehículo, el combustible, el kilometraje, el motor e incluye acciones como lubricación, ajuste, limpieza, etc.” (www.incapower.com.pe, 2019)

- Cambio de aceite: Cada 5000 km es decir cada tres meses, se recorren 1340 kilómetros lo que quiere decir que el aceite se cambia cada 3 meses.

- Chequeo general: Chequeo con scanner, Chequeo de frenos, de tren delantero y trasero, de cremallera, de amortiguadores + rodamientos, terminales, de puntas de ejes, del soporte de motor, de correa, de bandas de frenos, de discos y de bushing.
- Cambio de filtro: Se debe cambiar el filtro del aire para no contaminar los alimentos transportados.
- Tratamiento de Ozono: "Los tratamientos de ozono nos permiten en cambio eliminar por completo todos estos gérmenes y bacterias que producen el mal olor, desinfectando además el habitáculo y evitando los malos olores, alergias y enfermedades." (www.automotoryventas.com, 2019)
- Desinfección de ductos de aire a vapor: Esto se hace para garantizar la desinfección del aire que mantiene los alimentos en las apropiadas condiciones.
- Lavado de interior y carrocería: Para garantizar que el vehículo esté debidamente higiénico.

Mantenimiento	Costo
Cambio de aceite	2.0 00,00
Chequeo General	1.0 00,00
Cambio de filtro	800 ,00

Tratamiento de ozono	4.0 00,00
Desinfección de ductos de aire a Vapor	600 ,00
Lavado de interior	2.0 00,00
Lavado carrocería	500 ,00
Total en mantenimiento:	<u>10.900,00</u>

Precios cotizados en Ultra Premiun a vapor CarWash y Lubrifast Peralta de Leon

➤ **Por la Frederic Schad**

El único gasto mensual en el que se tendría que incluir es en el costo de distribución mensual por el servicio contratado.

Total de gastos mensuales

➤ **Por cuenta propia**

Descripción de Gastos	Costo
Consumo de combustible	RD \$17,820.94
Nómina de empleados	RD \$28,488.72
Mantenimiento del transporte	RD \$10.900.00
Total Gastos mensuales	RD \$57,209.66

➤ **Por la Schad**

Descripción de Gastos	Costo
Cuota mensual por rutas	RD \$21,400.00
Búsqueda de mercancía	RD \$6,600.00
Total de Gastos mensuales	RD \$28,000.00

3. El tiempo estimado de entrega:

➤ **Por cuenta propia:**

- Zona Metro

Rutas	Tiempo
Desde el Distrito Nacional hacia Jumbo Luperón	20 min
Desde Jumbo Luperón hacia Ágora Mall	15 min
Desde Jumbo Ágora Mall hacia Jumbo Megacentro	40 min
Desde Jumbo Megacentro hacia Jumbo Carretera Mella	15 min
Regreso desde la Carretera Mella	50 min
Total tiempo	140 min

Tiempo estimado de 2 horas y 20 minutos

- Zona sur

Rutas	Tiempo
Desde el Distrito Nacional hacia La Sirena Baní	69 min
Regreso desde La Sirena Baní hacia el Distrito Nacional	69 min
Total tiempo	138 min

Tiempo estimado de 2 horas 18 minutos

- Zona Este

Rutas	Tiempo
Desde el Distrito Nacional hacia Jumbo San Pedro	74 min
Desde Jumbo San Pedro hacia Jumbo La Romana	36 min
Desde Jumbo La Romana hacia Jumbo Higüey	43 min
Desde Jumbo Higüey hacia Jumbo Bávaro	45 min
Regreso desde la Jumbo Bávaro hacia el Distrito Nacional	153 min
Total tiempo	351 min

Tiempo estimado de 5 horas y 51 minutos

- Zona Norte o Cibao

Rutas	Tiempo
Desde el Distrito Nacional hacia Jumbo La Vega	153 min
Desde Jumbo La Vega hacia Jumbo Las Colinas	50 min
Desde Jumbo Las Colinas hacia Jumbo Puerto Plata	147 min
Regreso desde la Jumbo Bávaro hacia el Distrito Nacional	209 min
Total tiempo	559 min

Tiempo estimado de 9 horas y 19 minutos

En base al tiempo aproximado que durará en cada zona, la ruta sería solo una, ya que solo hay un camión, la cual se realiza en tres fechas diferentes:

- 1 día para Zona Metro y Sur.
- 1 día para Zona Este.
- 1 día para Zona Norte.

➤ **Por la Frederic Schad**

La Frederic Schad tiene una eficiencia de entrega con una duración de menos 24 horas en la zona metropolitana y menos de 48 horas el interior, también cuenta con varias rutas por zona con el objetivo de cumplir los tiempos de entrega ya pautados en el contrato.

4. Calidad del proceso

➤ **Por cuenta propia:**

Como se detalló en los gastos mensuales, en la parte correspondiente a la nómina que se tendría que pagar si fuera por cuenta propia. Se asignaría a un/a asistente de distribución que se encargaría de controlar de manera directa el proceso de distribución con las siguientes funciones:

- Supervisor/a de chofer: Pendiente al cumplimiento de horario, rutas y entregas de producto a las cadenas de Supermercado.
- Intermediario entre la empresa y la distribución: Canal de comunicación entre la empresa y el proceso, encargado/a de la negociación y la comunicación entre las cadenas de Supermercados y la empresa.
- Gestión del mantenimiento del camión: Encargado/a de pautar los horarios para el mantenimiento del camión y el pago del servicio.
- Encargada de documentación de distribución: Organizar y almacenar todos los documentos importantes de la distribución, pagos, cotizaciones, facturas, entre otros.

Esta persona sería la encargada de la calidad del proceso a través de las funciones descritas anteriormente.

➤ **Por la Frederic Schad:**

La Frederic Schad mide la calidad de sus procesos a través de indicadores de desempeño, estos instrumentos le brindan todos los datos cuantitativos para medir la operación y de este modo determinar si está bien o se debe mejorar.

Los indicadores o (kpi) de distribución que ellos utilizan son los siguientes:

- Eficiencias de entregas, se mide el tiempo de entrega.
- Despachar camiones como lo programado, se miden las cargas.
- La exactitud de despacho, de tiempo.
- Adherencia del plan al tiempo, se mide al transportista.
- Camión en condiciones, chequeo rutinario.
- Medidor de accidentes.

Comparación de distribución por la Schad vs Cuenta propia

	Por la Schad	Por cuenta propia
Inversión inicial	RD \$ 0.00	RD \$552.500,00
Gastos mensuales	RD \$28,000.00	RD \$57.209,66
Tiempo de entrega	48 horas	72 horas
Calidad del proceso	6 kpi	ninguno

Ventajas de integrar a la Schad como parte de la estrategia logística de distribución.

Como pudimos observar en el cuadro anterior, es muy evidente que integrar a la Frederic Schad como parte de la estrategia logística de distribución favorece a la micro, pequeña y mediana de diferentes maneras.

Una micro, pequeña y mediana empresa no puede lidiar con lo que representa comprar los medios de transporte adecuados para la distribución, es aquí donde comienza la primera ventaja; la inversión inicial por cuenta propia acarrea unos

costes estimados de RD \$552.500 al contrario de la Frederic Schad donde no hay que realizar ningún tipo de inversión inicial, esto influye de manera directa con la rentabilidad de la mipyme.

La segunda ventaja es que integrar a la Frederic Schad representa un ahorro de un 48.94% de los gastos en los que se tendrían que incurrir mensualmente para realizar la distribución si fuera por cuenta propia.

La tercera ventaja que pudimos observar, es la calidad del proceso, en la Schad hay 6 indicadores para medir el rendimiento de la distribución, mejorando de esta manera sus resultados.

Considerando también como una ventaja que la Schad cuenta con un personal capacitado y con experiencia en este tipo de actividades, disminuyendo de este modo la cantidad de errores y hallazgos en los procesos, siendo representado en la mayoría de sus casos solo por un 1%. En cambio, por cuenta propia, solo hay capacidad para tener un empleado que se encargue de supervisar el proceso, sin saber si cuenta con los conocimientos necesarios en los mismos, lo que implicaría que este tendría que pasar por una curva de aprendizaje incrementando el margen de error.

Otra ventaja es tiempo de entrega, por cuenta propia tomaría 3 días distribuir todos los productos a las zonas establecidas, sin embargo, con los servicios contratados de la Frederic Schad tomarían solo 2 días, destacando que, la métrica en la eficiencia de las entregas en la mayoría de los clientes a los que les distribuye es superior a un 90% lo que nos asegura el cumplimiento con exactitud de las entregas.

En conclusión, integrar a la Frederic Schad reduce los costos, y mejora la calidad de la distribución eficientizando el proceso y los mejorando las ganancias de la mipyme.

Desventajas de integrar a la Schad como parte de la estrategia logística de distribución.

La primera desventaja observada en este proceso es que, aunque el costo es mucho menor al que se emplearía por cuenta propia, una vez establecidos los precios no se van a poder reducir, ya que estas son cuotas establecidas en un contrato, si, al contrario, el proceso fuera interno se pudieran tomar medidas que ayudarían a reducir los costos ya estimados en la operación.

La segunda desventaja es que aunque las posibilidades de errores son bajas, debido a las estrictas normas operacionales y la experiencia logística de la Schad, si en caso hipotético, ocurre un error en la distribución y este sale a luz cuando ya la mercancía es entregada, la cadena de supermercado inmediatamente hará responsable a la mipyme, independientemente de que la operación haya sido a través de la Schad, ya que en su mayoría desconocen la identidad de la empresa transportista o outsourcing y es la empresa que oferta los productos la responsable para los Supermercados.

La tercera es que, al momento de establecer las pautas del servicio, a nivel interno son más fáciles las negociaciones, ya que, son personas que se interrelacionan a diario y hay un nivel de confianza más alto que la de un agente externo.

Conclusión

Como pudimos contemplar en el trabajo las MiPyMEs necesitan una estrategia de logística de distribución que las ayude a disminuir sus costos y gastos mensualmente para que sean rentable a largo plazo. La creación de estas estrategias de logística de distribución surge debido en que las MiPyMEs especializadas en las ventas de postres no tienen un modelo a seguir a la hora de querer distribuir sus productos a nivel nacional por la creencia de que eso no es "lo factible" para una empresa pequeña.

Esta propuesta busca otorgar una opción para que las MiPyMEs puedan distribuir sus productos en todo el territorio nacional sin el miedo de incurrir en grandes gastos, perder la calidad de sus mercancías o por el desconocimiento de cómo hacerlo, brindándoles alternativas sobre qué mecanismos pueden usar para comenzar a distribuir sus productos a nivel nacional.

El éxito de las estrategias aplicadas en el presente trabajo proviene de que les otorga a las MiPyMEs a través de la implementación de las mismas, la disminución de sus gastos y costos mensualmente, lo que no genera la posibilidad de que estas empresas puedan distribuir sus productos en el territorio nacional, del mismo modo, el impacto en el mercado a través de las relaciones de ventas que se pueden crear con los distintos supermercados que existen en la República Dominicana, y crea la oportunidad de que las micro, pequeñas y medianas empresas crezcan teniendo de este modo un mejor ingreso para ellos y para el comercio nacional.

Por medio de la estrategia de mercado selectivo y la estrategia de distribución por cuenta ajena o outsourcing, las MiPyMEs que las apliquen tienen una ventaja competitiva en comparación a otras micro, pequeñas y medianas empresas dedicadas a esta misma actividad, ya que esta propuesta busca optimizar sus recursos y eficientizar sus operaciones de manera que pueden desarrollarse en un mercado tan dinámico como el de la actualidad, llevando sus productos a distintos puntos del territorio nacional a un costo inferior que el de su competencia.

Recomendaciones

Mediante la propuesta de estrategia de logística de distribución de la venta de postres en el territorio nacional se espera que cada una de las partes integradas sean manejadas de la mejor manera para lograr lo que se espera de la misma y que cada MiPyMEs que llegue a ejecutar las estrategias aquí propuestas deben tener en cuenta:

- A la hora de escoger una outsourcing tiene tomar en cuenta que acuerdos que puedan tener entre las empresas realmente le favorezca y no le genere gastos o costos extras que no estaban calculados.
- Introducir en el mercado de las distribuciones teniendo bajos costos y gastos en sus operaciones a diferencia de sus competencias.
- El outsourcing que escojan también debe ser una empresa con años de experiencia para evitar contratiempos o errores que con empresas ya experimentadas esos errores o contratiempos no pases o que sean muy escasos esos sucesos.
- Si una MiPyMEs decide distribuir sus mercancías a los distintos puntos del territorio nacional debe tener en cuenta de que debe distribuirlos a los distintos supermercados ya que tiene un mayor alcance a sus clientes y posibles clientes que podrían obtener en los nuevos puntos de venta en sus productos.
- Fomentar la logística de distribución como un plan que todas las micro, pequeñas y medianas empresas puedan realizar en sus actividades diarias y con ello la expansión de sus productos en el territorio nacional.

Bibliografía

- Books, J. ..-G. (Lunes de Julio de 2019). (n.d.). *Marketing en la actividad comercial - JOSE ...* - Google Books. Se recuperó el julio 11, 2019 de .
Obtenido de (n.d.). Marketing en la actividad comercial
<https://micm.gob.do>. (Jueves de Julio de 2019). (2017, mayo 11). 11 MAYO DE 2017 - MICM. Se recuperó el junio 28, 2019 de
https://micm.gob.do/images/pdf/publicaciones/libros/Boletin_Observatorio_Mipymes_N.09.pdf. Obtenido de <https://micm.gob.do>
- www.acento.com.do. (Lunes de Julio de 2019). (2019, mayo 14). *Los salarios mínimos en República Dominicana (2 de 2) - Acento - El* Se recuperó el julio 8, 2019 de <https://acento.com.do/2019/opinion/8681287-los-salarios-minimos-en-republica-dominicana-2-de-2/>. Obtenido de <https://acento.com.do>
- www.automotoryventas.com. (Miércoles de Julio de 2019). (2015, mayo 4). *Las ventajas del ozono en la desinfección de ... - Automotor y Ventas.* Se recuperó el julio 8, 2019 de <https://www.automotoryventas.com/las-ventajas-del-ozono-en-la-desinfeccion-de-coches/>. Obtenido de <https://www.automotoryventas.com>
- www.bancomundial.org. (Lunes de Julio de 2019). "*República Dominicana: panorama general - Banco Mundial.*" 1 abr. 2019,
<https://www.bancomundial.org/es/country/dominicanrepublic/overview>. Se consultó el 4 jul.. 2019. Obtenido de <https://www.bancomundial.org>
- www.eldinero.com. (Jueves de Julio de 2019). *ONE: Mipymes dinamizan economía con aporte de 38.6% al PIB.* Se recuperó el junio 28, 2019 de <https://www.eldinero.com.do/65922/one-mipymes-dinamizan-economia-con-aporte-de-38-6-al-pib/>. Obtenido de <https://www.eldinero.com>
- www.eldinero.com.do. (Lunes de Julio de 2019). "*RD ocupa el primer lugar en la región en infraestructura de transporte.*" 22 oct.. 2018,
<https://www.eldinero.com.do/70975/republica-dominicana-ocupa-el-primer->

lugar-en-la-region-en-infraestructura-de-transporte/. Se consultó el 4 jul.. 2019. Obtenido de <https://www.eldinero.com.do>

www.elnacional.com.do. (Sábado de Julio de 2019). *"Ven RD con ventajas para convertirse en centro distribución – El"* 12 mar.. 2018, <https://elnacional.com.do/ven-rd-con-ventajas-para-convertirse-en-centro-distribucion/>. Se consultó el 4 jul.. 2019. Obtenido de <https://elnacional.com.do>

www.elnacional.com.do. (Miércoles de Julio de 2019). (2017, diciembre 27). *Aduanas dice centros logísticos recaudan RD\$ 1,212 millones – El* Se recuperó el julio 5, 2019 de <https://elnacional.com.do/aduanas-dice-centros-logisticos-recaudan-rd-1212-millones/>. Obtenido de <https://elnacional.com.do>

www.emprendepyme.net. (Martes de Julio de 2019). (n.d.). *Logística de distribución - Emprende Pyme*. Se recuperó el junio 24, 2019 de <https://www.emprendepyme.net/logistica-de-distribucion.html>. Obtenido de www.emprendepyme.net

www.enlacocina.telemesa.es. (Lunes de Julio de 2019). (n.d.). *El transporte de alimentos y tus elaboraciones, consejos y normativa*. Se recuperó el julio 5, 2019 de <https://enlacocina.telemesa.es/actualidad/transporte-alimentos-tus-elaboraciones-consejos-normativa/>. Obtenido de <https://enlacocina.telemesa.es>

www.incapower.com.pe. (Martes de Julio de 2019). (2018, mayo 11). *Importancia del mantenimiento preventivo en camiones de carga* Se recuperó el julio 12, 2019 de <https://www.incapower.com.pe/blog/importancia-mantenimiento-preventivo-camiones-carga/>. Obtenido de <https://www.incapower.com.pe>

www.lainformacion.com.do. (Lunes de Julio de 2019). (2015, junio 21). *Empresario resalta proceso distribución bienes comercializados en el* Se recuperó el julio 5, 2019 de <http://www.lainformacion.com.do/noticias/nacion/43233/empresario-resalta->

proceso-distribucion-bienes-comercializados-en-el-extranje. Obtenido de <http://www.lainformacion.com.do>

www.members.wto.org. (Lunes de Junio de 2019). (n.d.). *REGLAMENTO*

SANITARIO DE ALIMENTOS EN LA REPÚBLICA Se recuperó el junio 25, 2019 de

https://members.wto.org/crnattachments/2017/TBT/DOM/17_4492_00_s.pdf

f. Obtenido de <https://members.wto.org>

www.one.gob.do. (Lunes de Junio de 2019). (n.d.). *Cantidad de empresas y*

actividades principales - Oficina Nacional de Se recuperó el junio 28, 2019 de <https://www.one.gob.do/Multimedia/Download?ObjId=40629>.

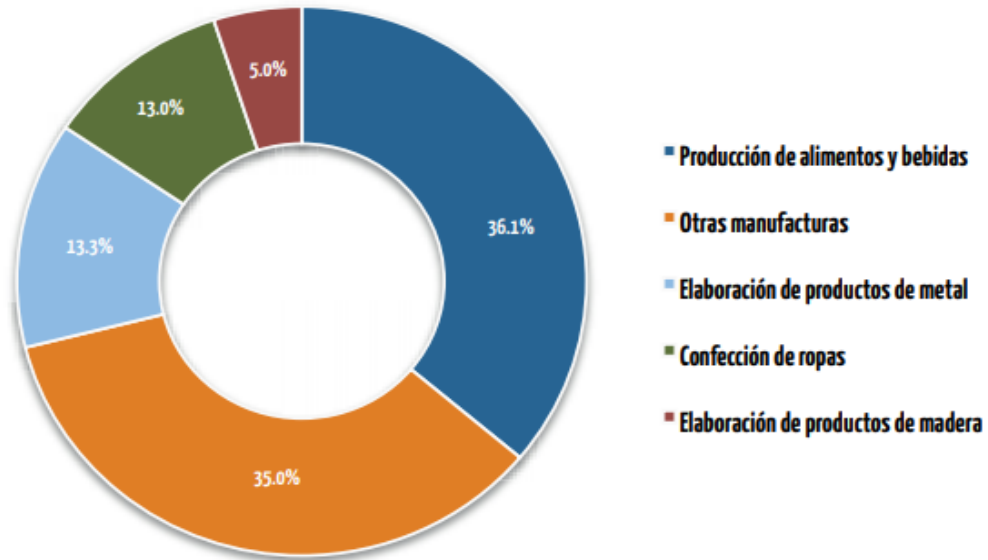
Obtenido de <https://www.one.gob.do>

Anexos

Anexo 1

Gráfico 1

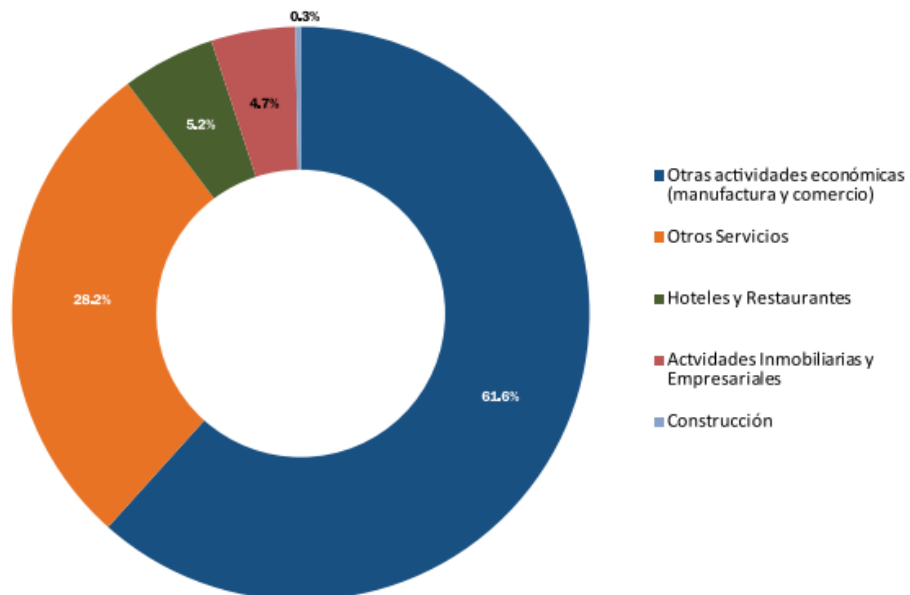
REPÚBLICA DOMINICANA: Distribución porcentual de las PYMES de manufactura según actividad a la que se dedica.



Nota: Excluye PYMES móviles, que no tienen local o puesto fijo.

Gráfico 2

REPÚBLICA DOMINICANA: Distribución porcentual de las PYMES, según actividad de servicios a la que se dedica,



Anexo 2

Encuesta

Cantidad de consumidores 30

Tipo de encuesta: encuesta cerrada

1. ¿Usted come postres, dulces o alimentos con azúcares?
 - a) Si
 - b) No

2. ¿Por cuál vía se siente más seguro comprando productos alimenticios?
 - a) Comprándolos por internet
 - b) Visitando el supermercado

3. ¿Con cuánta frecuencia visita usted el Supermercado?
 - a) a diario
 - b) cada semana
 - c) cada mes
 - d) cada año
 - e) nunca

4. ¿Cuál de estos supermercados prefieres visitar?
 - a) Jumbo
 - b) La Sirena
 - c) Supermercados aledaños

5. ¿Cuál de los siguientes Supermercado te genera más confianza al adquirir productos alimenticios?
 - a) Jumbo
 - b) La Sirena
 - c) Supermercados aledaños

6. ¿Cuál de estos Supermercados frecuenta más?

- a) Jumbo
- b) La Sirena
- c) Supermercados aledaños

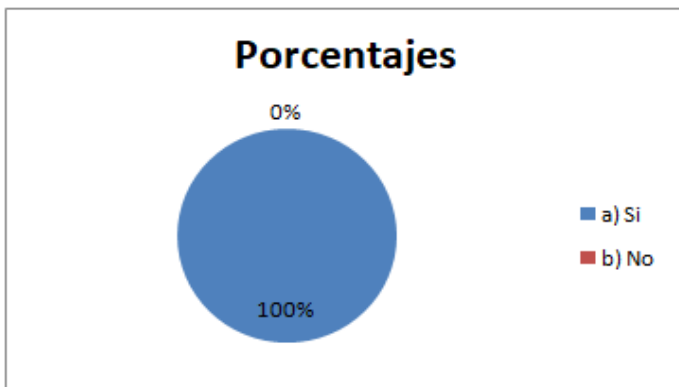
7. ¿Has comprado postres de algunos de estos Supermercados? si su respuesta es afirmativa seleccione en cual

- a) Jumbo
- b) La Sirena
- c) Supermercados aledaños

Análisis de las encuestas realizadas

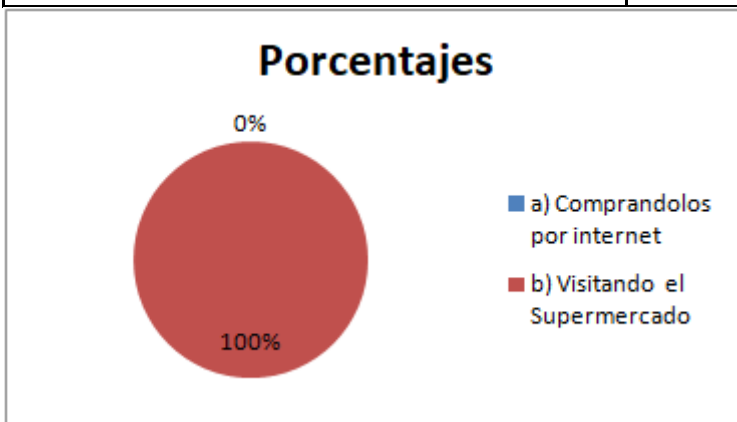
1. ¿Usted come postres, dulces o alimentos con azúcares?

Respuestas	Consumidores	Porcentaje
a) Si	0	0%
b) No	30	100%



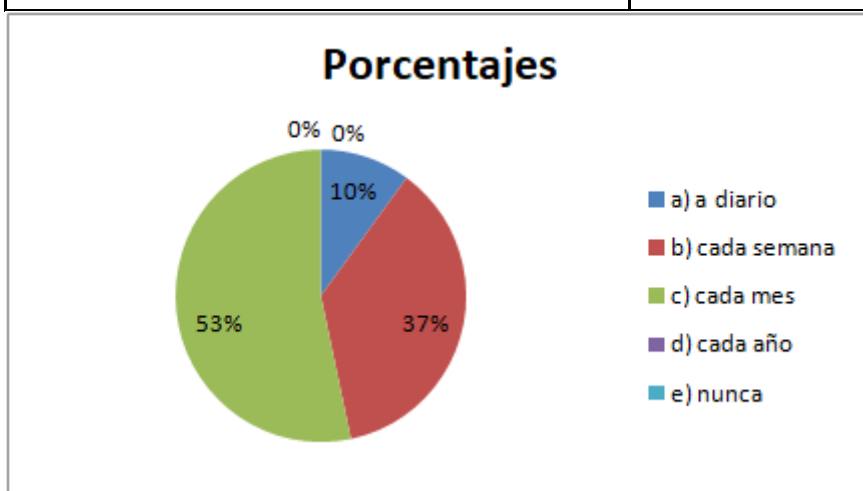
2. ¿Por cuál vía se siente más seguro comprando productos alimenticios?

Respuestas	Consumidores	Porcentaje
a) Comprándolos por internet	0	0%
b) Visitando el Supermercado	30	100%



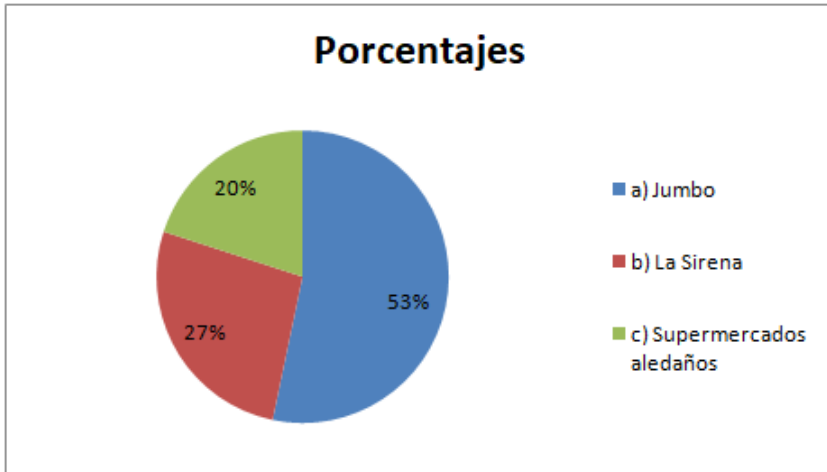
3. ¿Con cuánta frecuencia visita usted el Supermercado?

Respuestas	Consumidores	Porcentaje
a) a diario	3	10%
b) cada semana	11	36.70%
c) cada mes	16	53.30%
d) cada año	0	0%
e) nunca	0	0%



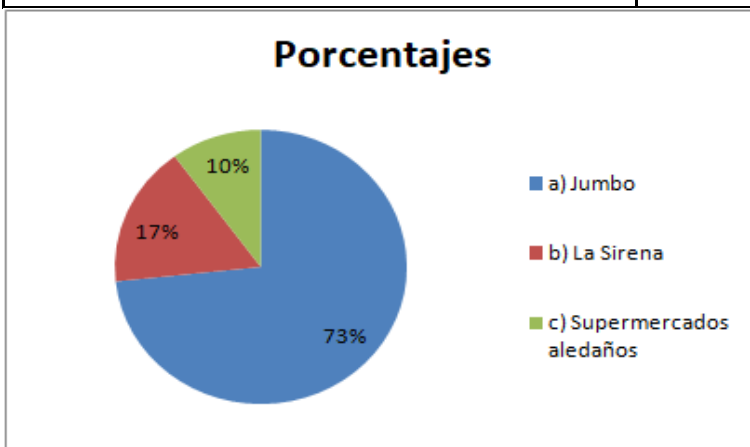
4. ¿Cuál de estos supermercados prefieres visitar ?

Respuestas	Consumidores	Porcentaje
a) Jumbo	16	53.30%
b) La Sirena	8	26.70%
c) Supermercados aledaños	6	20%



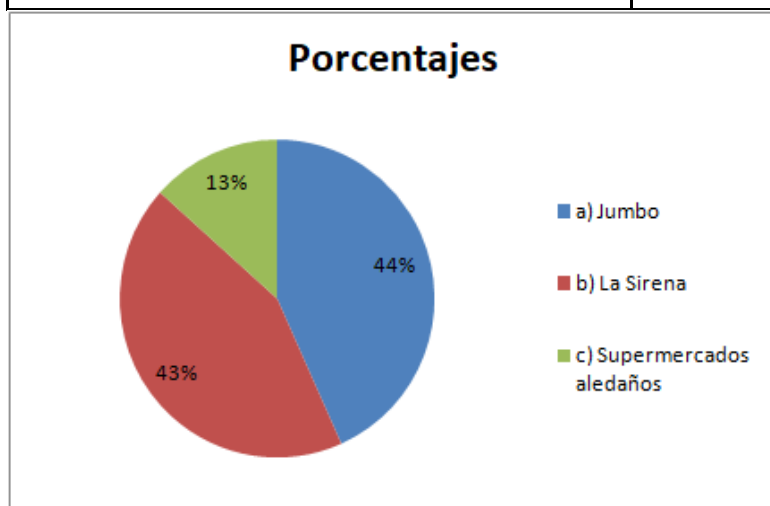
5. ¿Cuál de los siguientes Supermercado te genera más confianza al adquirir productos alimenticios?

Respuestas	Consumidores	Porcentaje
a) Jumbo	22	73.30%
b) La Sirena	5	16.70%
c) Supermercados aledaños	3	10%



6. ¿Cuál de estos Supermercados frecuenta más ?

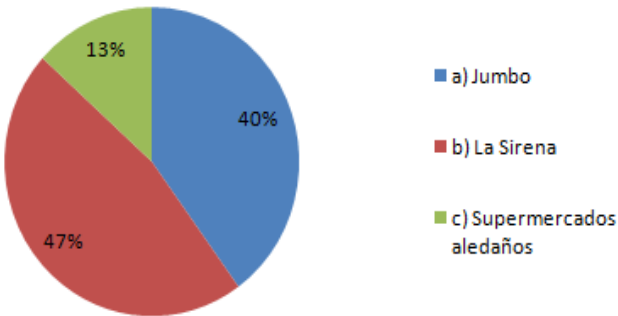
Respuestas	Consumidores	Porcentaje
a) Jumbo	13	43.30%
b) La Sirena	13	43.30%
c) Supermercados aledaños	4	13.30%



7. ¿Haz comprado postres de algunos de estos Supermercados ? si su respuesta es afirmativa seleccione en cual

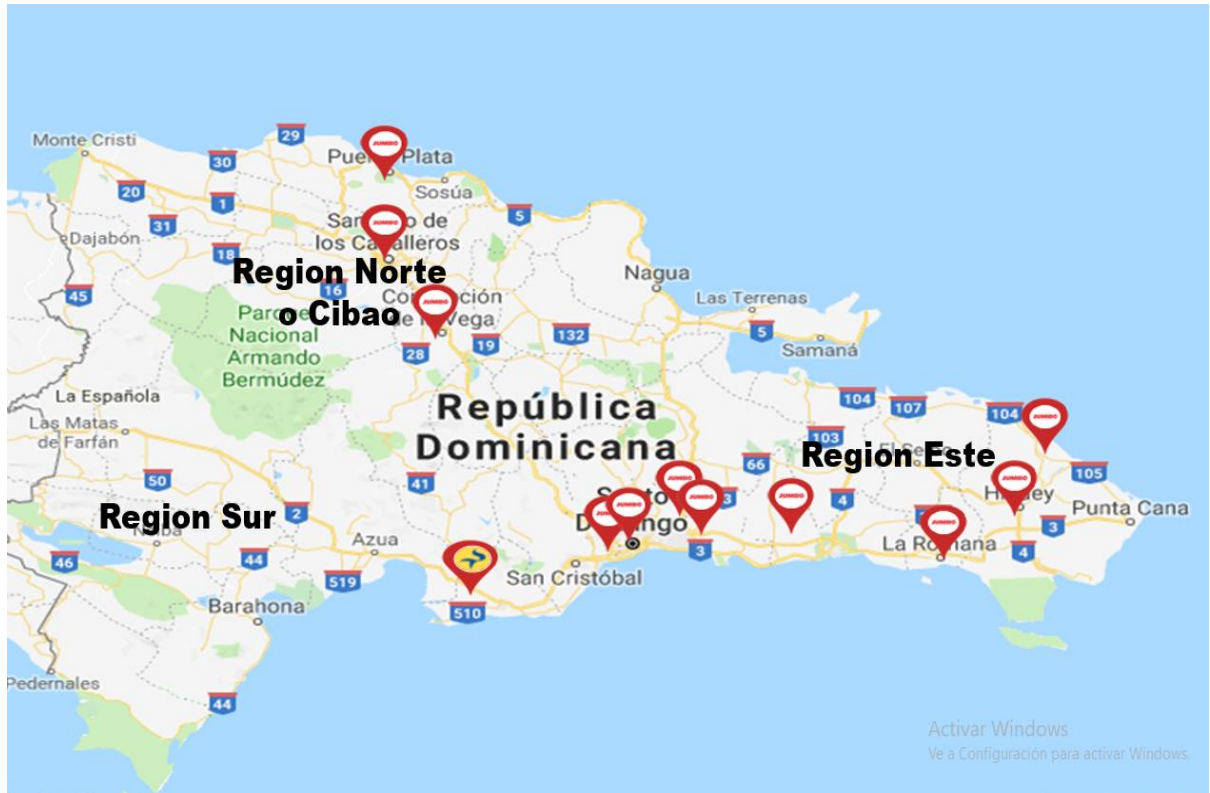
Respuestas	Consumidores	Porcentaje
a) Jumbo	12	40%
b) La Sirena	14	46.70%
c) Supermercados aledaños	4	13.30%

Porcentajes



Anexo 3

Mapa del país según la cobertura de la estrategia de distribución



PÁGINA DE ANTIPLAGIO

Dustball Plagiarism Report

Score: 100%

Estrategia logística de distribución nacional en una pymes especializada en OK
Estrategia logística de distribución nacional en una pymes especializada en OK
Ariel Gratreaux Guzmán gracias por brindarnos sus conocimientos y apoyo OK
propuesta estratégica tiene como propósito construir, desarrollar y eficientizar OK
Principales regulaciones y leyes para la distribución de productos comestibles OK
Estrategia de distribución selectiva consiste en el posicionamiento del producto OK
Importancia del mantenimiento preventivo en camiones de carga OK
Frederic Schad les provee a diferentes cadenas de Supermercados en OK
parte de la ocupación que puede ser recuperada más eficientemente OK
Luego de una investigación exhaustiva de las diversas empresas transportistas OK
Introducir en el mercado de las distribuciones teniendo bajos costos OK
Hay aproximadamente 7,371 PYMES dedicadas a actividades de servicios, en OK
ig seleccionado debe cumplir su función estratégica de distribución ofreciendo OK
existen ventajas existen sus desventajas las cuales son importantes tomar OK
Empresario resalta proceso distribución bienes comercializados en el OK
situación del mercado abarca todo desde el comportamiento del consumidor OK
República Dominicana ha tenido un crecimiento muy representativo en los OK
vehículo conserva un origen de frío que accede enfriar interiormente OK
haremos un análisis comparativo de los elementos mencionados anteriormente OK
sueldo mínimo para los trabajadores asalariados que laboran en empresas OK



© 2002-2019 The Plagiarism Checker
<http://www.dustball.com/cs/plagiarism.checker>