

LOGÍSTICA EMPRESARIAL

JORGE OSIRIS GARCÍA REGALADO / JAVIER ALEJANDRO BERMEO PACHECO



Logística Empresarial

Jorge Osiris García Regalado
Javier Alejandro Bermeo Pacheco

Coordinadores



Primera edición en español, 2018

Este texto ha sido sometido a un proceso de evaluación por pares externos con base en la normativa editorial de la UTMACH

Ediciones UTMACH

Gestión de proyectos editoriales universitarios

122 pag; 22X19cm - (Colección REDES 2017)

Título: Logística Empresarial. Jorge Osiris García Regalado
/ Javier Alejandro Bermeo Pacheco (Coordinadores)

ISBN: 978-9942-24-099-6

Publicación digital

Título del libro: Logística Empresarial.

ISBN: 978-9942-24-099-6

Comentarios y sugerencias: editorial@utmachala.edu.ec

Diseño de portada: MZ Diseño Editorial

Diagramación: MZ Diseño Editorial

Diseño y comunicación digital: Jorge Maza Córdova, Ms.

© Editorial UTMACH, 2018

© Jorge García / Javier Bermeo, por la coordinación

D.R. © UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA, 2018

Km. 5 1/2 Vía Machala Pasaje

www.utmachala.edu.ec

Machala - Ecuador

Advertencia: “Se prohíbe la reproducción, el registro o la transmisión parcial o total de esta obra por cualquier sistema de recuperación de información, sea mecánico, fotoquímico, electrónico, magnético, electro-óptico, por fotocopia o cualquier otro, existente o por existir, sin el permiso previo por escrito del titular de los derechos correspondientes”.



César Quezada Abad, Ph.D

Rector

Amarilis Borja Herrera, Ph.D

Vicerrectora Académica

Jhonny Pérez Rodríguez, Ph.D

Vicerrector Administrativo

COORDINACIÓN EDITORIAL

Tomás Fontaines-Ruiz, Ph.D

Director de investigación

Karina Lozano Zambrano, Ing.

Jefe Editor

Elida Rivero Rodríguez, Ph.D

Roberto Aguirre Fernández, Ph.D

Eduardo Tusa Jumbo, Msc.

Irán Rodríguez Delgado, Ms.

Sandy Soto Armijos, M.Sc.

Raquel Tinóco Egas, Msc.

Gissela León García, Mgs.

Sixto Chilinguina Villacis, Mgs.

Consejo Editorial

Jorge Maza Córdova, Ms.

Fernanda Tusa Jumbo, Ph.D

Karla Ibañez Bustos, Ing.

Comisión de apoyo editorial

Índice

Capítulo I

Logística Empresaria 14

Javier Bermeo Pacheco; Irene Feijoo Jaramillo; Silvia Landin Alvarez

Capítulo II

Diseño y desarrollo de los canales de mercadotecnia 29

Jorge García Regalado; Javier Bermeo Pacheco; Silvia Landin Alvarez

Capítulo III

Sistema Comercial 48

Silvia Landin Alvarez; Ernesto Novillo Maldonado; Irene Feijoo Jaramillo

Capítulo IV

Distribución física y logística de mercado 72

Juan Guerrero Jirón; Irene Feijoo Jaramillo; Manuel López Feijoo

Capítulo V

Diseño del proceso logístico 94

Manuel López Feijoo; Ernesto Novillo Maldonado; Juan Guerrero Jirón

Agradecimiento

Los autores dejan constancia de su agradecimiento a la Universidad Técnica de Machala por permitir publicar la presente obra, de manera especial a los revisores por su gestión y compromiso con la presente obra.

Dedicatoria

A Dios antes que nada, a mi esposa quien ha sido y es mi compañera en la vida; y a mis hijas, quienes me inspiran a superarme cada día.

Ing. Ernesto Novillo Maldonado, Mg.

Dedico a mi familia, que son la razón de ser de mi vida.

Ing. Irene Feijoo Jaramillo, Mg.

A mi familia, Comunidad Universitaria de la UTMACH y sociedad en general. Este trabajo académico tiene la finalidad de aportar a la mejora continua de los procesos logísticos en el sector empresarial.

Ing. Javier Bermeo Pacheco, Mg.

A mi familia, a mis hijos, que día a día me motivan a seguir adelante en el pasar de la vida.

Ing. Silvia Landín Álvarez, Mgs.

A mis hijos y a mi familia, por ser el motor que impulsa mi vida.

Ing. Salomón Arias Montero, Mba.

A mi familia, la UTMACH y sociedad en general dedico este trabajo de investigación, el cual tiene la finalidad de aportar a la mejora continua del proceso educativo.

Ing. Juan Guerrero Jirón, MBA

A mi familia, pilar fundamental para cumplir con esta meta, esperando que el mismo permita adquirir nuevos conocimientos a los lectores.

Ing. Jorge García Regalado, Phd.

Introducción

En la actualidad las organizaciones están en la búsqueda de ventaja competitiva que les permita poder competir y estar a la vanguardia; esto debido a la competitividad y al mundo globalizado en el que vivimos. La logística empresarial es el referente más importante en el proceso de comercialización y distribución de productos en el mercado, por cuanto organiza, planifica, controla y evalúa cada uno de los procesos de desarrollo logístico en la empresa, identificar la cadena de comercialización productiva sus indicadores, puntos fuertes y débiles para saber que debemos comprar a los proveedores y que debemos entregar hacia los consumidores.

En la distribución logística de productos es importante sistematizar cada proceso de preferencia con códigos y registros para controlar el stock de mercancía en almacén y bodega. Se verifica la mercancía que se encuentran en buen estado o descartar la mercancía dañada. Para ingresar a los mercados es necesario establecer estrategias que permiten distribuir los productos en el mercado de manera eficiente, además de determinar métodos adecuados para la distribución, generar estructuras verticales y horizontales para la buena gestión de la distribución de productos.

El presente texto permite identificar los diferentes tipos de alternativas que nos brinda la logística empresarial generando conocimiento y aprendizaje de las personas que se encuentran trabajando el área de logística o empresarios que requieren de mayor información para facilitar el proceso de distribución de sus productos mediante la gestión logística de una empresa. Además, facilita un modelo de logística empresarial como guía aplicable en las empresas del entorno.

01 Capítulo Logística empresarial

Javier Bermeo Pacheco; Irene Feijoo Jaramillo;
Silvia Landin Alvarez

Introducción

En la actualidad las empresas comerciales, industriales, de producción, servicios, entre otras, tienen como principio la planificación de la logística empresarial para lograr los objetivos de la organización, los cuales se basan en medios, métodos y procesos que permiten la mejora continua de las entidades empresariales. Por tal razón, en este capítulo se

Javier Bermeo Pacheco: Ingeniero comercial en Administración de Empresas, MBA. Libros en: Matemática financiera, Conceptos Introductorios Sobre Branding Y Técnicas de Ventas. Actualmente Director del Centro de Educación Continua de la UTMACH.

Irene Feijoo Jaramillo: Ingeniera Comercial, Especialista en Liderazgo y Gerencia, Diplomado Superior en Gerencia de Proyectos, Maestría en Gerencia de Proyectos Educativos y Sociales, Autora del Libro. Emprendiendo un Negocio. Texto, Ponente en 2da. Jornada de Investigación y Vinculación Estudiantil 2016.

Silvia Landin Alvarez: Magíster en Negocios Internacionales y Gestión de Comercio Exterior, Magíster en Docencia y Gerencia en Educación Superior, Especialista en Negocios Internacionales, Ingeniera en Marketing, Diploma Superior en Comercio Exterior Tecnóloga Analista de Sistemas, Técnica en Informática, especialización Programación de Sistema. Autora del libro: Comercio Internacional y Negociaciones: Un enfoque: Una mirada desde el Ecuador. Autora del libro: Costumbres y tradiciones en la Provincia de El Oro-Ecuador: Un enfoque turístico.

pretende analizar lo siguiente: la logística inversa e integral, de negocios, la entrada y salida de mercancías y la importancia de la logística empresarial en los procesos de gestión, administración, planificación, dirección y control de las actividades de trabajo en una empresa.

Concepto de logística

La logística se puede definir como: Los procesos de mejora continua y buenas prácticas de organización, planificación, dirección, control y gestión de la logística empresarial aplicada a minimizar tiempos y maximizar producción efectiva en el trabajo. “La logística es el proceso por el que la empresa gestiona de forma adecuada el movimiento, la distribución eficiente y el almacenamiento de la mercancía” (Vigo, 2007, pág. 1). La logística permite que una empresa tenga una mejor organización, dándole un balance entre el control y flujo de información. Ayuda a la distribución de bienes relacionado a la empresa en los cuales tienen que ser eficiente en los movimientos realizados en ella. Santos (2006), afirma que, la logística es la parte del proceso de Gestión de la Cadena de Suministro encargada de planificar, implementar y controlar de forma eficiente y efectiva el almacenaje y flujo directo e inverso de los bienes, servicios y toda la información relacionada con estos, entre el punto de origen y el punto de consumo o demanda, con el propósito de cumplir con las expectativas del consumidor. Aparte de ayudar a un buen manejo del flujo de recursos, también sirve para satisfacer la demanda que exigen los consumidores de los distribuidores de la empresa.

Objetivo de la logística

El sector empresarial, en la actualidad, genera buenas prácticas de mejoramiento continuo en los procesos de comercialización y producción de bienes y servicios, los mismos que se sustentan en la logística empresarial como principio de planificación y organización, lo cual permite que “contribuyan al mejoramiento de la gestión, y la utilización de los recursos en los procesos de aprovisionamiento, producción,

gestión de inventario y almacenes, transporte, distribución y logística inversa” (Gómez, 2012, pág. 93). En este apartado se hace referencia a que la logística empresarial contribuye a la búsqueda constante de la calidad en bien de los clientes y la comunidad en general.

La logística en las Empresas

La logística empresarial en las empresas permite articular de manera eficiente los procesos de gestión entre departamentos y funciones de cada talento humano responsable de su puesto de trabajo, según afirma Vigo (2007). Los productos y servicios en el sector empresarial obtienen mayor rentabilidad cuando se sustentan en la organización, planificación, control y dirección de los procesos listicos de manera coherente y eficaz, dirigido a obtener resultados eficaces. “La logística aborda el flujo de los materiales, los productos terminados y la información asociada a los mismos” (González, 2016, pág. 2). En este apartado se hace referencia a la necesidad de la logística empresarial desde el inicio de entrada de la mercadería hasta el final de la entrega de los procesos logísticos de los productos y servicios, hasta la satisfacción del cliente.

Empresas industriales

Las empresas industriales, por el contrario, Compran materias primas y otros aprovisionamientos a sus proveedores, los someten a un proceso productivo de fabricación, y después venden los productos terminados a sus clientes. En el caso de las empresas industriales, su fuente de beneficios también consiste en vender los productos finales a un precio que cubra los costes de adquisición de las materias primas, así como el resto de costes de fabricación de maquinaria, personal, suministros, entre otros. Además se acota la importancia de las empresas industriales que transforman materia prima de calidad con fines de alcanzar altos estándares para comercializar los productos en mercados en el exterior (Peñaloza, 2015).

¿Por qué es importante la logística empresarial?

La gestión de buenas prácticas en los procesos logísticos, depende de las técnicas, métodos y estrategias de planificación y organización empresarial, por tal razón la logística permiten a las empresas reglas para las buenas prácticas de dirección seguir, valorar, priorizar y controlar todos los distintos elementos de aprovisionamiento y distribución que inciden en la satisfacción del cliente, en los costes y beneficios. Los procesos logísticos en una empresa son relevantes para direccionarse de manera correcta a través de las reglas establecidas las cuales permiten una mejor organización en la empresa, ya sea en los factores de distribución o los beneficios al cliente (Cos & Gasca, 2015).

Importancia de la logística

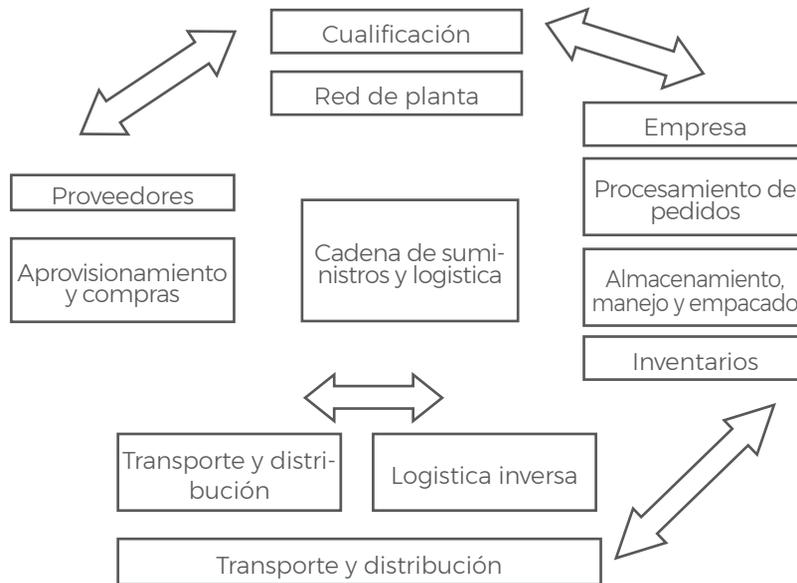
Los procesos de gestión, organización, planificación, dirección, control y buenas práctica empresariales, permiten alcanzar las metas de entrada y salida de mercaderías en una empresa “La gestión logística de una organización es la acción del colectivo laboral dirigida a garantizar las actividades de diseño y dirección de los flujos materiales, informativo y financiero desde su fuente de origen hasta sus destinos finales” (Lao, Vega, Marrero, & Pérez, 2017, pág. 44). En este apartado se hace referencia la logística empresarial como un proceso operativo que articula a los recursos humanos, materiales y económicos, con fines de alcanzar ingresos para empresa y cooperar con responsabilidad en el contexto frente a sus necesidades.

La logística en la empresa

En las empresas es indispensable la logística empresarial para la organización de las actividades, referente a la planificación, ejecución y control de todos los procesos relacionados con la obtención, almacenamiento y traslado de materiales sean estos productos o servicios “En el mundo empresarial, la logística pretende manejar el flujo de productos desde el origen hasta la entrega al consumidor final,

determinando como y cuando movilizar determinados recursos hacia los puntos donde resulta necesario el suministro” (Vigo, 2007, pág. 1). La logística en la empresa, permite organizar los flujos comerciales que ocurren en ella, y como se maneja con respecto en la distribución de sus productos. También, Abarca la gestión de la planificación de las actividades internas y externas de ella misma. Además, la palabra logística se relaciona de una forma directa con todas las actividades inherentes a los procesos de aprovisionamiento, fabricación, almacenaje y distribución de productos, ver gráfica 1. Así como da una mejor forma de organización en las actividades que realiza la empresa para la distribución de su producto, desde el fabricante hasta el consumidor (Tejero, 2007).

Grafica 01: Cadena de suministros y logística



Fuente: Elaborado por los autores, basándose en Vigo (2007)

Tipos de logística

Se pueden distinguir varios tipos de logística: Inversa, integral y logística en los negocios.

La logística inversa

En la actualidad varias empresas utilizan este procesos como estrategia empresarial “un sistema propio de logística inversa cuando es la propia empresa que originalmente puso el producto en el mercado la que gestiona y controla el flujo de retorno, y de un sistema ajeno de logística inversa si dicha gestión corresponde a una entidad constituida” (Rubio, Miranda, Chamorro, & Valero, 2007, pág. 90). La logística inversa se conoce el proceso de planificar, implantar y controlar el flujo de productos desde el punto de consumo hasta el punto de origen de una forma eficiente, con el propósito de recuperar su valor o el de la propia devolución. Nos da a entender que es como una herramienta de organización donde se busca la manera de conseguir económicamente el retorno o recuperación de las mercancías distribuidas por la oferta. Donde se trata de reutilizar los residuos de sus productos para ser estos puestos a la venta nuevamente (Santos, 2006).

Logística integral

Estos apartados destacan a los procesos de gestión, organización, operaciones en los procesos logísticos, dirección, planificación y control integral, como la base principal del éxito en las empresas comerciales, industriales, de producción. Entre otros. La logística Integral Interna de gestión coordina todas las actividades operativas de la empresa, además se encarga de todos los asuntos internos, utilizando técnicas que ayuden a una buena organización, busca la manera de satisfacer las demandas con respecto a los bienes y servicios que brinda dicha empresa. “Dando el entorno actual del cambio permanente y mercados cada vez más abiertos y exigentes, en el cual las empresas deben desarrollar su actividad productiva ajustando y adaptando constantemente sus estrategias y decisiones” (Berdugo, 2012, pág. 101).

Logística en los negocios

Según (Ballou, 2004) La logística de los negocios es un campo relativamente nuevo del estudio integrado de la gerencia, si lo comparamos con los tradicionales campos de las finanzas, el marketing y la producción. Como mencionamos anteriormente, los individuos han llevado a cabo actividades de movimiento y almacenamiento (transporte-inventario).

Dentro de los negocios se está implementando la logística viene a convertirse en una nueva técnica de organización para así coordinar actividades acerca de los productos que reciben los consumidores (Ximenes, Mendes, Gomes, & Miranda, 2017).

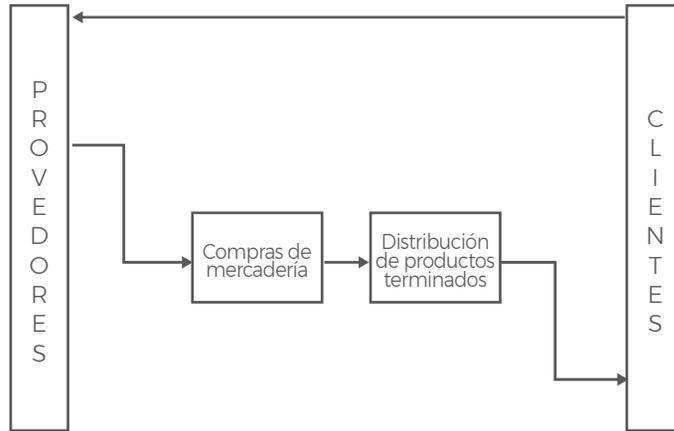
En este contexto empresarial se hace referencia a la logística en los procesos como la base principal para alcanzar los niveles de estándar de calidad y el éxito empresarial, por tal razón, los consumidores deben estar satisfechos en los servicios, atención al cliente, calidad en todos los procesos de comercialización de bienes y servicios; los clientes son la base principal de las organizaciones, para alcanzar las metas deseadas.

Entrada y Salida de mercancías

En los procesos de la logística empresarial las mercancías asumen un rol importante en las entradas y salidas “el proveedor hasta el cliente, con la calidad requerida, en el lugar y momentos precisos, y con los mínimos costes” (González, 2016, pág. 3). El sector empresarial, entre los factores de satisfacción de los clientes que debe tomar en cuenta están: la oportuna entrega de la mercadería, la calidad de los productos y servicios, los precios. Por tal razón, los distribuidores o vendedores deben generar una revisión organizada de inventarios de entrada de la mercadería que se encuentre en excelentes condiciones para la mejora continua de las ventas e ingresos de la empresa. Finalmente, la entrada de mercancías es un proceso de movimiento físico o materiales en el almacén de la empresa. Se trata de un movimiento de

mercancías utilizado para contabilizar mercancías recibidas de proveedores externos o de la producción empresarial de la organización.

Gráfico 2: Entrada y salida de mercancías



Fuente: López, (2010)

Planificación de entrada de mercancías

El sistema de Gestión de stocks puede procesar tanto entradas de mercancías planificadas como entradas de mercancías no previstas. Esta sección describe cómo planificar una entrada de mercancías mediante un pedido o tipo de pedido (por ejemplo, una orden de planificación o una reserva). Por tal razón, la planificación adelantada de una entrada de mercancías significa que se guarda cierta información importante para la entrada de mercancías, por ejemplo, antes de contabilizar la entrada de mercancías real:

- ¿Qué? (¿qué material?)
- ¿Cuánto? (¿qué cantidad?)
- ¿Cuándo? (¿en qué fecha de entrega?)
- ¿De dónde? (¿de qué proveedor o centro?)
- ¿A dónde? (¿a qué destino, a qué stock?)

El objetivo de esta planificación es simplificar y acelerar el proceso de la entrada de mercancías y mejorar la organización de los trabajos en el lugar; por ejemplo, para evitar cuellos de botella. Además, si se planifican entradas de mercancía, la planificación de necesidades de insumos, puede controlar los stocks de materiales pedidos o manufacturados y llegar a un balance de inventario óptimo. También se hace referencia que a menos que las entradas se planifiquen, el sistema no puede encontrar los materiales que se han pedido. Por esta razón, las entradas planificadas son decisivas para la regulación del nivel del inventario en el almacén. Las entradas planificadas también tienen importancia para determinar si se recibieron materiales prometidos por proveedores o por la fabricación propia. Sin ellos, el sistema no puede establecer un enlace entre pedidos y materiales recibidos.

Tipos de entradas de mercancías planificadas

Dependiendo de la fuente de información (es decir, el documento donde se almacenan los datos relevantes a la planificación), el sistema distingue entre tres tipos de entradas de mercancía planificadas “En los procesos de distribución de mercancías, se hace necesario la colaboración entre proveedores y clientes” (Arango, Romano, & Zapata, 2016, pág. 205). Las buenas prácticas de entradas de mercancías planificadas, depende del grado de organización y trabajo en equipo entre los miembros de una empresa, es decir la colaboración de compradores y distribuidores en el sector empresarial. A continuación se describen los tipos de entradas:

• Entradas de mercancías planificadas utilizando pedidos

Con el componente Gestión de Compras, no es necesario planificar manualmente entradas de mercancía en el sistema. Los pedidos creados con este componente, contienen toda la información necesaria para la planificación de la entrada de mercancías. Por tal razón es indispensable crear estrategias unificadas que sean de apoyo a los administradores de compras y que permitan controlar y evaluar el desempeño del sistema y generar mayor transparencia en las compras. (Vargas, 2014)

• Entradas de mercancía utilizando ordenes de fabricación

Al igual que con las entradas de mercancías por pedidos, las entradas de mercancías planificadas utilizando órdenes de fabricación. con este componente no es necesario planificar manualmente entradas de mercancía de fabricación. Las órdenes contienen toda la información necesaria para planificar (Vargas, 2014).

• Entradas de mercancías planificadas utilizando reservas

Según Cos & Navascues, (2015) si la empresa no tiene el componente gestión de compras, ni el de órdenes de fabricación, se introducen reservas para planificar las entradas de mercancía del proveedor o de fabricación, tomando en consideración los parámetros siguientes:

- Hacer prioritarias las necesidades del cliente.
- Introducir la flexibilidad necesaria en la distribución para satisfacer las necesidades de un mercado cambiante.
- Reaccionar rápidamente ante los pedidos del cliente.
- Eliminar todos los stocks innecesarios haciendo que en los pedidos del cliente
- -tiren- del proceso productivo

Dentro de los apartados; la logística indica como objetivo principal, abastecer la demanda de los consumidores acerca de los bienes y servicios que brinda una empresa. Debido a que ellos son los principales factores que brindan ingresos, esto se debe a las buenas prácticas de gestión, organización, planificación, dirección, operaciones de procesos, excelente selección del talento y la mejora continua de las actividades empresariales con calidez, calidad y pertinencia empresarial. El cuadro 01 se refiere a entradas de mercancías planificadas.

Cuadro 01: Entradas de mercancías planificadas

Mercadería planificadas	Stock
Solicitud	Stock en curso (Solicitud)
Orden	Cantidad abierta de pedido (total)
Reservas	Entradas planificadas

Fuente: los Autores

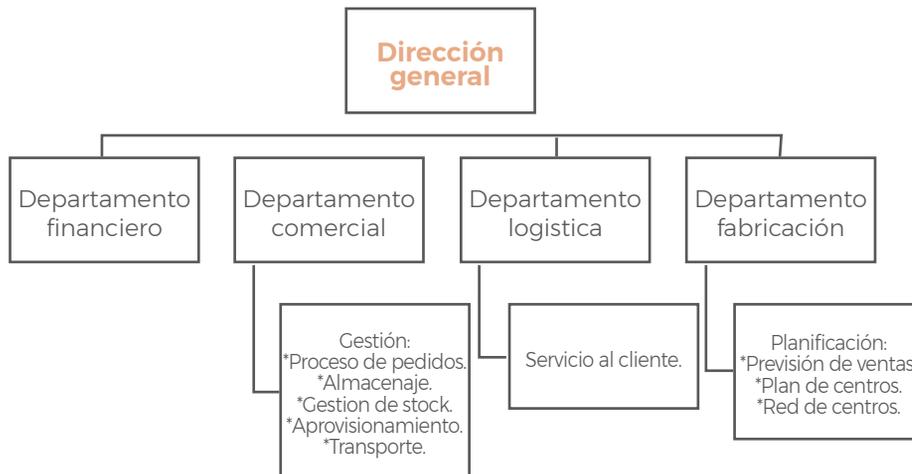
Salida de mercaderías

El proceso logístico en las empresas tiene actividades de entrada de mercadería y salida, lo cual determina “la atención en la distribución de mercancías, pilar esencial de la economía urbana, la distribución de mercancías resulta esencial para el desarrollo de la vida en las ciudades” (Muñuzuri, Grosso, Escudero, & Cortés, 2017, pág. 36). En este apartado se hace referencia que a la necesidad de una distribución efectiva de las mercaderías hasta llegar en buen estado en los clientes referente a su calidad, precios y servicios. Para cumplir con ello, las empresas deben contar con procesos internos que garanticen las condiciones óptimas de los productos al ser entregado a clientes y consumidores finales, ello va depender de una buena gestión de almacenaje, empaque, transporte, entrega oportuna y un servicio especial. Es así como se realiza la salida de la mercancía de la empresa al comprador. Además, debe apoyarse en una red de distribuidores que llenen los estándares de calidad exigidos, pues en todo momento cumplirán la labor de entrega de productos. Una buena distribución y entrega, puede resultar la diferencia entre empresas que compiten con productos similares en un mismo segmento de mercado, pudiendo llegar a convertirse en la ventaja competitiva que dé el liderazgo del mercado.

La función logística dentro de la estructura de la empresa

Organizar todas las actividades logísticas de la empresa es una tarea complicada. Una herramienta que ayuda en esta labor es la que proporcionan los denominados organigramas. Un organigrama es una representación esquemática de los distintos departamentos, unidades de negocio, direcciones, etc., que componen la empresa, así como las relaciones de jerarquía que existen entre ellos. La función logística no actúa aislada del resto de funciones de la empresa, y por ello, se integra dentro del organigrama de la misma, bien como un departamento propio, bien como parte de otros departamentos. Ambas posibilidades aparecen en los siguientes ejemplos.

Grafico 03: Organigrama de empresa con la logística como departamento independiente



Fuente: (López, 2010).

Conclusiones

Los procesos de entrada y salida en la logística empresarial, destacan lo siguiente:

- La logística es la función de la empresa encargada de ofrecer el producto en la cantidad, momento y lugar en que lo solicita el cliente.
- Las actividades que integran la función logística dependen de la naturaleza industrial o comercial de la empresa.
- Las prioridades competitivas de las empresas tradicionales son: calidad, coste, tiempo y flexibilidad. La logística ayuda a la obtención de ventajas competitivas en estas variables.
- Las redes logísticas son el soporte sobre el que el producto llega al consumidor.
- Las plataformas logísticas son grandes almacenes que ahorran costes de distribución y terreno, además de conseguir descuentos por volumen.
- A la hora de decidir los almacenes y transportes que existirán en una red logística, hay que tener en cuenta los costes de distribución, de instalación y de mantenimiento.

Referencia bibliográfica

- Arango, Romano, & Zapata. (2016). Distribución colaborativa de mercancías utilizando el modelo IRP. *Dyna*, 204-212.
- Ballou, R. H. (2004). *Logística Administración de la cadena de Suministro*. 3.
- Berdugo. (2012). QFD y logística integral: La voz del cliente es el primer eslabón de la cadena. *Fuente Académica Premier*, 99-106.
- Calinares. (2010). https://www.blogger.com/about/?r=1-null_user. Obtenido de https://www.blogger.com/about/?r=1-null_user.
- Cos, & Gasca. (2015). *Manual de la logística integral*. Enfoque, 6-10.
- Cos, J. P., & Gasca, R. d. (2015). *MANUAL DE LOGISTICA INTEGRAL*. 2.
- Cos, J. P., & Navascues, R. d. (2015). *MANUAL DE LOGISTICA INTEGRAL*.
- Gómez. (2012). Aprendizaje orientado a proyectos de la logística empresarial como práctica de docencia universitaria. *Revista de Educacion y Desarrollo Social*, 91-104.
- González. (2016). Presentación: transporte y logística. *Revista Transporte y Territorio*, 1-4.
- Lao, Vega, Marrero, & Pérez. (2017). Procedimiento para modelar recursos restrictivos en el sistema logístico de empresas comercializadoras. *Ingeniería Industria*, 43-55.
- Leyva, & Gómez. (2010). consideraciones sobre la integración del enfoque logístico con la estrategia de la empresa. *Ingeniería Industrial*, 1-7.
- López. (2010). *Logística Comercial*. En *Practicas logísticas*.
- LORRAINE. (2017). "Call it my revenge on English": "Negocios" de Junot Díaz y sus traducciones disonantes. *Literatura: Teoría, Historia, Crítica*. doi:10.15446
- Muñuzuri, Grosso, Escudero, & Cortés. (2017). Distribución de mercancías y desarrollo urbano sostenible. *Revista Transporte y Territorio*, 34-58.

- Peñaloza. (2015). Determinantes de la especialización vertical en las empresas industriales de Colombia 1992-2009. *Revista Criterio Libre*, 101-123.
- Rubio, Miranda, Chamorro, & Valero. (2007). Desarrollo de un sistema de logística inversa en el grupo industrial Alfonso Gallardo. *Universia Business Review*, 88-99.
- Santos. (2006). Logística y marketing para la distribución comercial. *Cuadernos de Economía y Dirección de la empresa*, 20.
- Tejero. (2007). Logística integral. *La gestión operativa de la empresa*. 22.
- Vargas. (2014). Gestión de compras eficientes y sostenibles: modelo para la gestión de la cadena de suministro y para romper paradigmas. *Revista Punto de Vista*, 43-54.
- Vigo. (2007). Distribución logística y comercial la logística en la empresa. *Enfoque*, 1.
- Ximenes, Mendes, Gomes, & Miranda. (2017). ¡Resolver mi problema, pero no compro más! ¿Por qué los consumidores no quieren volver a hacer negocios en las tiendas en línea? *Innovar*. doi:10.15446

Logística Empresarial
Edición digital 2017-2018.
www.utmachala.edu.ec

Redes

Redes es la materialización del diálogo académico y propositivo entre investigadores de la UTMACH y de otras universidades iberoamericanas, que busca ofrecer respuestas glocalizadas a los requerimientos sociales y científicos. Los diversos textos de esta colección, tienen un espíritu crítico, constructivo y colaborativo. Ellos plasman alternativas novedosas para resignificar la pertinencia de nuestra investigación. Desde las ciencias experimentales hasta las artes y humanidades, Redes sintetiza policromías conceptuales que nos recuerdan, de forma empeñosa, la complejidad de los objetos construidos y la creatividad de sus autores para tratar temas de acalorada actualidad y de demanda creciente; por ello, cada interrogante y respuesta que se encierra en estas líneas, forman una trama que, sin lugar a dudas, inervará su sistema cognitivo, convirtiéndolo en un nodo de esta urdimbre de saberes.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE MACHALA

Editorial UTMACH

Km. 5 1/2 Vía Machala Pasaje

www.investigacion.utmachala.edu.ec / www.utmachala.edu.ec

ISBN: 978-9942-24-099-6

