



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE GUAYAQUIL
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

**ANÁLISIS DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA DE LAS EMPRESAS DE
BEBIDAS GASEOSAS DE GUAYAQUIL**

Trabajo de titulación previo a la obtención del
Título de Licenciado en Administración de
Empresas

AUTORES: JAIR ALEXANDER CASTRO LEDESMA & CARLOS IVÁN PAGUAY
YUQUILEMA

TUTOR: KARINA ANABELLA ASCENCIO BURGOS

Guayaquil - Ecuador

2023 - 2024

CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD Y AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Nosotros, Jair Alexander Castro Ledesma con documento de identificación N° 0951037795 y Carlos Ivan Paguay Yuquilema con documento de identificación N° 0954992608 manifestamos que:

Somos los autores y responsables del presente trabajo; y, autorizamos a que sin fines de lucro la Universidad Politécnica Salesiana pueda usar, difundir, reproducir o publicar de manera total o parcial el presente trabajo de titulación.

Guayaquil, 12 de marzo del año 2024

Atentamente,



Jair Alexander Castro Ledesma
0951037795



Carlos Iván Paguay Yuquilema
0954992608

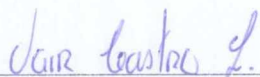
**CERTIFICADO DE CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO
DE TITULACIÓN A LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA**

Nosotros, Jair Alexander Castro Ledesma con documento de identificación No. 0951037795 y Carlos Ivan Paguay Yuquilema con documento de identificación No 0954992608, expresamos nuestra voluntad y por medio del presente documento cedemos a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que somos los autores del artículo científico: “Análisis De La Gestión Logística De Las Empresas De Bebidas Gaseosas De Guayaquil”, el cual ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Administración de Empresas, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En concordancia con lo manifestado, suscribo este documento en el momento que hago la entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 12 de marzo del año 2024

Atentamente,



Jair Alexander Castro Ledesma
0951037795



Carlos Iván Paguay Yuquilema
0954992608

CERTIFICADO DE DIRECCIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Karina Anabella Ascencio Burgos con documento de identificación N° 0915665681, docente de la Universidad Politécnica Salesiana, declaro que bajo mi tutoría fue desarrollado el trabajo de titulación: “Análisis De La Gestión Logística De Las Empresas De Bebidas Gaseosas De Guayaquil” realizado por Jair Alexander Castro Ledesma con documento de identificación N° 0951037795 y Carlos Iván Paguay Yuquilema con documento de identificación No 0954992608, obteniendo como resultado final el trabajo de titulación bajo la opción de artículo científico que cumple con todos los requisitos determinados por la Universidad Politécnica Salesiana.

Guayaquil, 12 de marzo del año 2024

Atentamente,



Ing. Karina A. Ascencio Burgos, MSc.
Docente Tutor
C. I. 0915665681

Análisis de la gestión logística de las empresas de bebidas gaseosas de Guayaquil

Analysis of the logistics management of soft beverages companies in Guayaquil

Resumen

La presente investigación indaga sobre el análisis de la gestión logística de las empresas de bebidas gaseosas de Guayaquil. Es necesario conocer y analizar el manejo que las áreas logísticas y de operaciones gestionan para el almacenamiento y la distribución de las bebidas gaseosas en la ciudad de Guayaquil y de qué forma evitan las problemáticas de los manejos ineficientes, la falta de productos, entre otros contratiempos que pueden poner a la organización en una mala posición frente a una alta demanda de bebidas gaseosas. Por lo que se han propuesto los siguientes objetivos: Identificar las políticas y procedimientos de gestión de pedidos y cumplimiento de entregas de las empresas de bebidas gaseosas de Guayaquil, Realizar un análisis comparativo de la gestión logística entre diferentes empresas de bebidas gaseosas de Guayaquil, identificando mejores prácticas y áreas de oportunidad para mejorar la satisfacción del cliente, Proponer posibles acciones que contribuyan a la mejora continua de la gestión logística de las empresas de bebidas gaseosas de Guayaquil. El método de investigación que se aplicó en este estudio es mediante entrevistas donde se le realizó una serie de preguntas a tres expertos que laboran en establecimientos que se dedican a la distribución y comercialización de bebidas gaseosas en la ciudad de Guayaquil. Por lo que se ha podido apreciar como las empresas han innovado en sus procesos, lo que les ha permitido optimizar recursos y garantizar la eficacia en todas las etapas del proceso logístico.

Abstract

The present research investigates the analysis of logistics management in Guayaquil's soft drink companies. It is necessary to understand and analyze the handling that logistics and operations areas manage for the storage and distribution of carbonated beverages in the city of Guayaquil, and how they avoid issues such as inefficient handling, product shortages, and other setbacks that can put the organization in a disadvantageous position when facing high demand for carbonated beverages. Therefore, the following objectives have been proposed: Identify the policies and procedures for order management and delivery fulfillment in Guayaquil's soft drink companies; Conduct a comparative analysis of logistics management among different soft drink companies in Guayaquil, identifying best practices and areas of opportunity to improve customer satisfaction; Propose possible actions that contribute to the continuous improvement of logistics management in Guayaquil's soft drink companies. The research method applied in this study involved conducting interviews with three experts working in establishments dedicated to the distribution and commercialization of carbonated beverages in the city of Guayaquil. Through these interviews, it has been observed how companies have innovated in their processes, allowing them to optimize resources and ensure efficiency in all stages of the logistics process.

Palabras clave

Gestión logística, Empresas, Bebidas gaseosas, distribución, estrategia.

Keywords

Logistics management, Companies, soft beverages, distribution, strategy.

Solo para uso editorial

Cómo citar: XX, XX. y XX. XX. (2018). Título del artículo. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, X(XX), pp. XX-XX. <https://doi.org/>

Recibido: 00/00/00 **Revisado:** 00/00/00 **Aprobado:** 00/00/00 **Publicado:** 00/00/00

1. Introducción

En el antiguo mundo occidental, entre el 500 y el 430 a.C., los griegos utilizaron el término logística para describir un tipo de pensamiento basado en símbolos y números matemáticos. En la época romana había una persona encargada de los bienes del ejército. El trabajo actual comenzó a desarrollarse después de la Segunda Guerra Mundial, cuando se establecieron paralelismos entre unidades militares y activos tecnológicos (Pons, 2023). Las operaciones militares comenzaron a vincularse a la producción industrial y se produjeron los primeros intentos de aplicar la lógica a la vida humana. En el proceso de industrialización, las empresas comenzaron a trabajar en cadenas logísticas más complejas para reducir las grandes metas de las empresas industriales de una manera más eficiente y con menos energía (Villanueva & Vela, 2023).

El proceso de distribución de refrescos implica planificar, implementar y gestionar la distribución y almacenamiento eficiente de estas bebidas (Carrillo, 2022). Esto incluye la gestión de la cadena de suministro, transporte, almacenamiento y distribución de refrescos. Las empresas de este sector están invirtiendo en tecnología para gestionar mejor las regulaciones relacionadas con el seguimiento y manejo de pedidos pequeños y frecuentes y la difícil gestión de recolección y reabastecimiento (Moreno, Gallo, Naranjo, & Zorro, 2023). Las inversiones también se centrarán en soluciones tecnológicas para mejorar la eficiencia y la sostenibilidad de las cadenas de suministro, incluida la optimización de rutas para reducir las emisiones nocivas para el medio ambiente (Velasco, 2023). La distribución de refrescos implica planificar rutas de entrega, gestionar el almacenamiento de productos y gestionar el inventario para garantizar una entrega rápida y eficiente.

La logística de distribución es fundamental en una empresa, ya que abarca el camino que sigue un producto desde que ha sido elaborado por el fabricante hasta que llega a manos del consumidor final (Erazo & Vásquez, 2021). Es una parte esencial de la gestión de la cadena de suministro y tiene como objetivo asegurar que el producto o bien llegue al cliente. Esta logística es tan importante que forma parte de las populares 4Ps del Marketing Mix, que corresponden a Producto, Precio, Distribución y Promoción (Quispe, 2021). La distribución es el proceso por el cual el producto llega hasta sus potenciales compradores, y para ello, la empresa debe escoger una estrategia de distribución, como estrategia intensiva o selectiva. La logística de distribución se encarga de gestionar toda la fase que va desde que el producto se encuentra terminado hasta que llega a su destinatario, ya sea otra empresa, una tienda o el consumidor final (Inga, Quiñonez, Gonzales, Yépez, & Cordoba, 2023). El objetivo principal de la logística de distribución es llevar los productos al consumidor con costos mínimos.

La logística de distribución optimiza la distribución de mercancías y trabaja para acelerar este proceso, además de hacerlo más seguro y económico (Castañeda, 2023). Gestiona el transporte de la carga, definiendo cómo se transportará la mercancía, ya sea por vías aéreas, fluviales, ferroviarias o carreteras. La importancia de la logística de distribución y transporte es crítica, ya que impacta en diversas áreas de la empresa y es fundamental para la gestión del transporte. Además, la logística de distribución es la encargada de hacer llegar los productos o servicios finales a manos del consumidor, consiguiendo que el cliente final obtenga el producto o servicio deseado en el lugar, la forma, el tiempo y la cantidad deseados (Siqueira, Peregalli, & Canettieri, 2024).

La gestión logística de las bebidas gaseosas en Ecuador es fundamental para garantizar su distribución eficiente y oportuna en todo el país. La logística de estas bebidas implica la planificación, ejecución y control de las operaciones relacionadas con el transporte, almacenamiento y distribución de estos productos (Castillo, 2023).

Primariamente, la gestión logística de las bebidas carbonatadas involucra la planificación de la demanda, donde se analizan las tendencias del mercado y las preferencias del consumidor

para determinar la cantidad y variedad de productos a distribuir en cada región de Ecuador (Sotomayor, 2020). Esta planificación es crucial para evitar escasez o exceso de inventario. Además, la gestión logística incluye la selección estratégica de los centros de distribución y almacenes en todo el país, considerando la proximidad a los puntos de venta, la capacidad de almacenamiento y la infraestructura de transporte disponible (Sánchez & Rodríguez, 2021). La ubicación estratégica de estos centros facilita la distribución ágil y eficiente de las gaseosas a lo largo y ancho de Ecuador. Otro aspecto crucial de la gestión logística de estos los refrescos la coordinación de los medios de transporte, ya sea terrestre, marítimo o aéreo, para garantizar la entrega puntual de los productos a los distribuidores y puntos de venta en todo el país. La optimización de las rutas y la elección de los modos de transporte adecuados son elementos clave para reducir los tiempos de entrega y los costos logísticos (Franco, Ayala, Echeverría, Hernández, & Ramírez, 2022). De esta manera, la gestión logística de las bebidas gaseosas en Ecuador incluye el control de inventario en tiempo real, utilizando sistemas de gestión de almacenes y tecnologías de seguimiento de productos. Esto permite una visibilidad completa de los niveles de stock y la rotación de productos, lo que a su vez facilita la toma de decisiones informada sobre la reposición de inventario y la gestión de la cadena de suministro. Adicionalmente, la gestión logística de los refrescos requiere la implementación de prácticas de manipulación y almacenamiento adecuadas para preservar la calidad y frescura de los productos durante todo el proceso de distribución (Zamorano, 2023). El control de la temperatura, la manipulación cuidadosa y el cumplimiento de normativas sanitarias son aspectos fundamentales en este sentido.

En Guayaquil uno de los productos con alta demanda siempre ha sido el sector de las bebidas no alcohólicas, por lo que de existir un déficit de gestión en el área administrativa de alguna organización proveedora de gaseosas podrían existir problemas que perjudican su imagen en el mercado, afectan también al crecimiento económico de los comerciantes minoristas y posicionamiento en el mercado, esto debido a factores como problemas internos, falta de comunicación, mala organización administrativa y en consecuencia una indebida distribución logística; siendo estas áreas claves para el funcionamiento de las empresas, es de vital importancia que sean analizadas a tiempo y conocer sus planes de contingencia para evitar que se afecte su participación en el mercado en caso de algún contratiempo (Pérez & Fernández, 2023).

1.1 Gestión logística

La gestión logística se refiere a la gestión integral de los activos de una empresa, asegurando que los productos lleguen al lugar correcto, en el momento correcto y rápidamente. Existen muchos tipos de gestión, incluida la gestión logística entrante, saliente, logística inversa y logística global (Rosas, 2023). Este tipo de actividad forma parte de la gestión de la cadena de suministro y su finalidad es planificar, controlar y gestionar el flujo eficiente de almacenamiento, bienes, servicios e información relacionada desde el origen hasta el destino de los alimentos para satisfacer las necesidades de los consumidores. Desde el momento en que un cliente hace clic para comprar hasta el momento en que desempaqueta el producto, cada paso del proceso de cumplimiento es una oportunidad de optimización. Un pequeño retraso o error puede provocar problemas en el servicio de atención al cliente (Sánchez B. , 2022). Para evitar problemas comunes, se examinaron cuidadosamente cada parte del proceso de gestión logística: desde el inventario, el almacenamiento, el cumplimiento, la entrega y la devolución.

Los principales objetivos de la gestión logística están relacionados con la reducción de costes, el incremento de las ventas y la mejora de la satisfacción del cliente con el traslado de mercancías. Estos propósitos producirán beneficios a corto y largo plazo para su negocio, incluida una mayor satisfacción del cliente y ventas, también comprende menores costos comerciales. Además, la gestión logística enfrenta los desafíos de la digitalización, la gestión de

riesgos y seguridad, la sostenibilidad ambiental y la eficiencia de la cadena de suministro (Castro, Toro, & Tovar, 2023). Estos desafíos requieren muchas soluciones, desde la innovación tecnológica hasta la implementación de prácticas sostenibles y seguras en la cadena de suministro.

Según Project Management, existen cuatro tipos principales de gestión de proyectos (UNIR, 2020):

1. *Provisión y gestión de la logística.* Esto incluye planificar, contratar y organizar los recursos necesarios en un momento y lugar específicos para realizar las tareas. Esto incluye áreas de transporte y almacenamiento.
2. *Distribución y movimiento de activos.* Este tipo de gestión logística gestiona el movimiento de mercancías desde el almacén hasta las tiendas que venden estos productos al público.
3. *Gestión de operaciones y producción.* Gestiona los pasos de combinar suministros en un producto, incluida la coordinación de los materiales necesarios para fabricar o ensamblar un artículo. Este tipo de gestión logística se enmarca en el ámbito de la gestión de productos.
4. *Logística inversa y devoluciones de productos.* Esta modalidad está relacionada con la gestión de la recuperación de materiales y consumibles de producción. Esto puede significar devolver productos no deseados o no utilizados a clientes finales que buscan dinero en efectivo (León, 2020).

1.2 Bebidas gaseosas

La bebida gaseosa o refresco carbonatado, es una bebida agrídulce (carbonatado) que no contiene alcohol. Este tipo de bebidas suelen consumirse frías para realzar el sabor efervescente y evitar la pérdida de carbonatación. El agua está en equilibrio químico con el dióxido de carbono y el ácido carbónico (Tumbaco, 2022). Estos refrescos tienen un alto contenido en azúcares y calorías, pero tienen un deficiente valor nutricional.

Actualmente el consumo de bebidas azucaradas está aumentando en el mundo, en el caso del mercado ecuatoriano las bebidas carbonatadas representan el 83% del consumo total de bebidas (Mayorga, Lascano, Valencia, & Robalino, 2022). Estos refrescos se venden principalmente en tiendas, distribuidoras, supermercados, y demás comerciantes al por menor, de esta forma no hay duda de que los refrescos son necesarios para los canales minoristas tradicionales, ya que ayudan a generar tráfico y más compras, lo que permite que las bebidas gaseosas tengan un alto índice de rotación y flujo dentro de las tiendas (Martínez, 2021).

Según la investigación realizada por Segovia, Orellana, & Sarmiento (2020) en el caso de los refrescos, el consumo de estos representa altos ingresos, casi el doble que otros grupos de bebidas que se comercializan como las alcohólicas, lácteas y minerales.

1.3 Consumo de bebidas gaseosas en Guayaquil

De acuerdo con lo mencionado en el estudio "Cultura de consumo y tendencias de Marketing en Guayaquil", en Ecuador la producción de bebidas gaseosas ha experimentado un aumento constante en los últimos años. El país se encuentra en el décimo lugar entre los países americanos en términos de consumo de bebidas azucaradas y productos procesados. (Ascencio, Vallejo, & Villacrés, 2020). Además, en conjunto con otro informe afín con esta investigación se encontró que en Ecuador se consumen más refrescos y snacks que agua embotellada, leche y aceite. Si bien el consumo de refrescos ha disminuido en los últimos años

en Guayaquil y en el Ecuador en general, sigue siendo un problema por su impacto en la salud y nutrición de la población (Segovia, Orellana, & Sarmiento, ECA Sinergia, 2020).

1.4 Logística de bebidas gaseosas en Guayaquil

La logística de las empresas de refrescos de Guayaquil se caracteriza por el uso de logística propia, según el análisis de las estrategias de marketing comercial para la colocación de refrescos en esta ciudad, las empresas deben contar con clientes previos para recibir pedidos ya sea de manera física con los vendedores autorizados o en línea, para luego con sus camiones de distribución llevar el producto a su destino (Navarro, 2021). Este enfoque les brinda a las empresas más control sobre sus operaciones, además, estas pueden utilizar soluciones logísticas, distribuidores y almacenes para importar y exportar productos para garantizar la protección de sus inventarios. La gestión de las actividades de este sector es necesaria para asegurar la disponibilidad de los productos en el mercado y satisfacer las necesidades de los clientes. Por ello tras detectar esta problemática la presente investigación se plantea como objetivo analizar la utilidad de la gestión logística de las empresas de bebidas gaseosas de Guayaquil, con el fin de proponer posibles acciones que contribuyan a la mejora de la gestión logística de las empresas que distribuyen bebidas gaseosas.

2. Materiales y métodos

El método de investigación a aplicar en este estudio es el inductivo – deductivo, puesto que se tomará en cuenta casos particulares de empresas gaseosas de Guayaquil para proponer estrategias y políticas que sean aplicables a todas las empresas de gaseosas de Guayaquil en general. Por su naturaleza este artículo corresponde al tipo documental y de campo, también es no experimental y transversal puesto que no se manipulan variables y se toman los datos para investigación en un solo momento.

El alcance de esta investigación es descriptivo con enfoque cualitativo. Por lo que se aplica entrevista como técnica de investigación y el análisis documental. La población de la investigación consta de tres expertos que laboran en establecimientos que se dedican a la distribución y comercialización de bebidas gaseosas en la ciudad de Guayaquil.

3. Resultados

3.1 Resultados de entrevista a expertos

Para asegurar el logro de los objetivos, se llevó a cabo una entrevista con tres empresas especializadas en la venta y distribución de bebidas gaseosas en la ciudad de Guayaquil como (i) Pepsi Co., (ii) Big cola y (iii) Coca-Cola Company. Durante la entrevista, se utilizó un cuestionario compuesto por ocho preguntas abiertas con el fin de recopilar información relevante.

Tabla No. 1
Resumen entrevista a expertos.

Nº	Pregunta	Respuesta
1.	¿Cuál es el proceso específico para gestionar pedidos de bebidas gaseosas en su empresa, desde la recepción del	Los procesos de las 3 empresas al momento de gestionar son parecidos teniendo como primer punto el pre vendedor o vendedor, en el caso de Pepsi, que se encarga de recorrer su cartera de clientes y registrar los pedidos en su respectivo aplicativo; una vez el pedido ingresa al sistema

	pedido hasta la entrega del cliente?	el personal operativo de bodega e inventario se encarga de preparar la carga para su salida al día siguiente en el camión repartidor, cuyo conductor es responsable de las facturas.
2.	¿Cuáles son los procedimientos establecidos para el manejo de inventario y la gestión de cadena de suministro de bebidas gaseosas?	Para la gestión de inventarios, una vez el producto llega a las bodegas de la empresa se le realiza una validación para conocer si llega todo el producto y el estado en que llega, luego se lo procede a ingresar al sistema, de esta manera tanto el jefe de bodega como el sistema utilizando el método FIFO se encargan de que el primer lote de productos sea el primero en salir.
3.	¿Qué tecnologías o sistemas de gestión de pedidos y entregas utiliza su empresa para optimizar el proceso y garantizar la precisión de las entregas?	Cada empresa entrevistada ocupa un sistema o aplicativo diferente, siendo (i) sistema SAP para logística y bodega; (ii) Sistema GENET para la coordinación de productos, entregas y realizar monitores GPS; y (iii) ACMOVIL para los pre vendedores, AC DIGITAL para que los clientes puedan gestionar sus pedidos y SIMPLI ROUTE para gestionar las rutas en tiempo real.
4.	Describa la estructura del proceso logístico de distribución de su empresa.	Generalmente una vez generado el pedido se precede a armar los pallets con los productos en la bodega, se lo sube en el camión donde el chofer es el encargado de llevar las facturas y entregar a los clientes.
5.	¿Cuáles son las políticas de devoluciones o reclamos enfocado a resolver cualquier problema con las entregas, retrasos o excepciones?	En caso de devoluciones el cliente se encarga de hacerle saber a los repartidores las razones por la que desiste del producto y este regresa a bodega para ser revisado y luego ingresado de nuevo al inventario. En el caso de reclamos son pocas las veces que se dan, pero se los puede realizar mediante los vendedores o repartidores; en el caso de una de las empresas (i) se le brinda al cliente un numero de servicio al cliente o mediante la plataforma de Pepsi chat.
6.	¿Qué medidas toma su empresa para garantizar un cumplimiento eficiente y puntual de los pedidos de bebidas gaseosas?	Una de las medidas es que los supervisores realicen pequeñas encuestas a los clientes para saber su satisfacción sobre el servicio y producto, así como se suele realizar un monitoreo de los camiones y vendedores por GPS en el caso específico de la empresa (iii).
7.	¿Cuáles son las dificultades que se presentan frecuentemente al transportar los productos?	Actualmente la situación que han estado enfrentando las empresas es la extorsión y el robo, las empresas han manifestado que los camiones repartidores han sido secuestrados por organizaciones delictivas en sectores populares.
8.	Tomando en cuenta la situación actual de país ¿Cómo han adaptado su proceso logístico de distribución para cumplir con la demanda?	Las empresas han optado por seguir realizando sus recorridos habituales a excepción de las zonas que consideran muy peligrosos, en esos casos piden resguardo policial o se comunican con los clientes para que puedan retirar sus pedidos directamente en la bodega.

Fuente: Estos datos fueron obtenidos directamente de las entrevistas llevadas a cabo con los expertos en el tema.

Resumen de las entrevistas

En los resultados enfocados a la gestión de inventarios, una vez que los productos llegan a las instalaciones de almacenamiento de la empresa, se lleva a cabo un proceso de validación para verificar si todos los productos han llegado y en qué estado se encuentran. Una vez validados, los productos son ingresados en el sistema de la empresa. De esta manera, tanto el jefe de bodega como el sistema utilizan el método FIFO (First-In, First-Out) para garantizar que el primer lote de productos que ingresó sea también el primero en salir. Esto asegura un control eficiente de inventario y permite cumplir con los principios de rotación adecuada de los productos. Además, algunos autores concuerdan con que este método es el mejor para las empresas que se encuentran en la industria alimentaria dado que esta práctica contribuye a minimizar el riesgo de obsolescencia y pérdida de productos debido a su prolongada permanencia en el almacén (Izaguirre & Muñoz, 2020).

Los entrevistados de cada empresa utilizan diferentes sistemas o aplicaciones para gestionar sus operaciones. Por ejemplo, en la empresa de la gaseosa Pepsi, utilizan el sistema SAP para la logística y gestión de bodegas. Por otro lado, Big Cola utiliza el sistema GENET para coordinar la distribución de productos, realizar seguimiento mediante monitores GPS y gestionar las entregas. En el caso de Coca-Cola Company, utilizan ACMOVIL para apoyar a los pre vendedores en su trabajo, AC DIGITAL para que los clientes puedan gestionar sus pedidos de manera digital, y SIMPLI ROUTE para optimizar y gestionar las rutas de entrega en tiempo real.

Estos sistemas y aplicaciones son fundamentales para mejorar la eficiencia y la coordinación en las operaciones de cada empresa. Permiten gestionar de manera más efectiva los inventarios, realizar un seguimiento preciso de las entregas y optimizar las rutas de distribución. Al mismo tiempo, facilitan la comunicación y la interacción con los clientes, brindando una experiencia más fluida y conveniente para todos los involucrados. En resumen, cada empresa ha adoptado soluciones tecnológicas específicas para optimizar sus procesos y mejorar su desempeño en el mercado (Calle, 2022).

Para empresas como Coca-Cola y Big cola, existen situaciones en las que se requiere realizar devoluciones, y en estos casos es responsabilidad del cliente comunicar a los repartidores las razones que motivan su decisión de rechazar el producto. Una vez devuelto a la bodega, el artículo será sometido a un proceso de revisión para luego ser reintegrado al inventario. Es fundamental que el cliente proporcione una explicación clara y detallada para facilitar el correcto manejo de la devolución y garantizar que el producto sea evaluado adecuadamente antes de ser nuevamente disponible para la venta. En el caso de reclamos son pocas las veces que se dan, pero se los puede realizar mediante los vendedores o repartidores. Los reclamos son eventos poco frecuentes, sin embargo, es posible presentarlos a través de los vendedores o repartidores. En el caso específico de la empresa Pepsi, se ofrece a los clientes la posibilidad de comunicarse a través de un número de servicio al cliente o mediante la plataforma Pepsi chat. Es importante destacar que contar con canales de comunicación efectivos y accesibles para los consumidores es fundamental para garantizar una atención rápida y eficiente ante cualquier inconveniente que pueda surgir. Las empresas deben demostrar su compromiso con la satisfacción del cliente al facilitar estos medios para la presentación de reclamos y la resolución oportuna de los mismos (Silva, Macias, Tello, & Delgado, 2021).

4. Conclusiones y recomendaciones

4.1. Conclusión

El adecuado manejo de la logística de bebidas gaseosas en Guayaquil desempeña un papel fundamental para asegurar la distribución eficiente y puntual de los productos, lo cual resulta crucial para garantizar la disponibilidad en el mercado y la satisfacción de los clientes. Para lograr este objetivo, es esencial establecer una coordinación efectiva entre los proveedores, los centros de distribución y los puntos de venta, con el fin de minimizar los tiempos de entrega y optimizar la gestión del inventario.

Las tres empresas entrevistadas contienen una gestión logística parecida dentro de la parte de venta y distribución, dado que cuentan con un personal capacitado para gestionar los pedidos de los clientes, y a su vez cuentan con un sistema interno de empresa que les permite tener un mejor manejo y control de los inventarios que ingresan y salen a los negocios. No obstante, el proceso para realizar una devolución o registrar una queja son distintos para cada empresa, esto debido a sus distintas formas de gestionarlas como el trato directo e informal entre los repartidores y el cliente o de una más pacífica y formal en el que el encargado de la distribución de las bebidas se encarga de brindarle un medio o plataforma para que su pedido o requerimiento pueda ser receptado por otra área encargada.

De este modo es necesario establecer canales de comunicación efectivos con los clientes y brindar un servicio al cliente de calidad puede marcar la diferencia en la satisfacción del cliente. Capacitar al personal en habilidades de comunicación y servicio al cliente, y asegurarse de que haya una respuesta rápida y efectiva a las consultas y problemas de los clientes, puede mejorar significativamente la experiencia del cliente.

Al mismo tiempo, la implementación de tecnologías avanzadas para las empresas aporta un gran beneficio, como sistemas de seguimiento en tiempo real y rutas de entrega optimizadas, contribuye significativamente a mejorar la eficiencia operativa y a reducir los costos logísticos asociados. En resumen, el manejo adecuado de la logística de bebidas gaseosas en Guayaquil no solo impacta en la competitividad de las empresas del sector, sino que también juega un papel crucial en la satisfacción de los consumidores.

La logística de bebidas es fundamental para el éxito de las empresas en este sector, ya que garantiza la eficacia en todas las etapas de la cadena de suministro, desde la producción hasta la distribución final. Aunque presenta desafíos específicos, como la gestión de pedidos más pequeños y frecuentes, la logística de bebidas contribuye significativamente a la competitividad y la satisfacción del cliente.

4.2. Recomendaciones

La gestión logística de bebidas es un proceso que requiere de mejora continua, por lo que a través de la información recaudada en esta investigación y las entrevistas realizadas se han podido determinar ciertas recomendaciones que podrían mejorar la gestión actual y garantizar una distribución eficiente.

1. Manejo de inventario: Implementa un sistema de gestión de inventario eficiente para monitorear el movimiento de las bebidas gaseosas, minimizar el riesgo de pérdidas y evitar la obsolescencia de productos.
2. Distribución eficiente: La planificación de rutas de distribución que minimicen el tiempo de entrega y optimicen la utilización de recursos, considerando la congestión del tráfico, las zonas de difícil acceso y los horarios de entrega para evitar retrasos.

3. Comunicación entre áreas: Es de vital importancia la comunicación entre las áreas, en este caso el área logística y de ventas, dado que un error o equivocación de una de estas puede desencadenar en un pedido erróneo, incompleto o devuelto.
4. Capacitar al personal de logística: Brindar capacitación constante al personal encargado de la distribución de bebidas gaseosas, para que estén familiarizados con los procedimientos y puedan llevar a cabo su trabajo de manera efectiva. Esto incluye conocer las políticas de seguridad, manejar adecuadamente los productos y mantener una comunicación clara y fluida con los demás equipos involucrados.
5. Optimizar las rutas de entrega: Utilizar tecnología de geolocalización y análisis de datos para identificar las rutas más eficientes y minimizar los tiempos de entrega. Esto ayudará a reducir costos logísticos y mejorar la satisfacción del cliente al recibir los productos de manera oportuna.
6. Realizar seguimiento y análisis de datos: Utilizar herramientas de análisis de datos para monitorear y evaluar el desempeño del área de logística. Esto permitirá identificar áreas de mejora, tomar decisiones informadas y optimizar continuamente los procesos de distribución de bebidas gaseosas.

5. Referencias Bibliográficas

- Ascencio, K., Vallejo, K., & Villacrés, F. (2020). Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de Cultura de consumo y tendencias de Marketing en Guayaquil: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/19505/1/Cultura%20de%20consumo%20y%20tendencias%20de%20Marketing%20en%20Guayaquil.pdf>
- Carrillo, J. (2022). Repositorio Institucional Universidad EIA. Obtenido de La Última Milla: propuesta para medir la eficiencia en el proceso de distribución. Caso tiendas de barrio.: <https://repository.eia.edu.co/handle/11190/5676>
- Castañeda, M. (2023). Repositorio Académico Digital Universidad Vasco de Quiroga. Obtenido de Conocimiento de las nuevas tecnologías para la disminución de riesgos carreteros en la logística del traslado de mercancías vía terrestre: http://dspace.uvaq.edu.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/1852/1/Texto_completo.pdf
- Castillo, S. (2023). ITQ. Obtenido de LOGÍSTICA 4.0: INNOVACIÓN Y EFICIENCIA EN LA CADENA DE SUMINISTRO: https://itq.edu.ec/wp-content/uploads/2023/10/2023-09-29_logistica_4.0_innovacion_y_eficiencia_en_la_cadena_de_suminstro.pdf
- Castro, C., Toro, M., & Tovar, C. (2023). UEAN. Obtenido de Definición de buenas prácticas para la gestión de proyectos logísticos utilizando metodología project management institute: <https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/12936>
- Cavero, J. (2020). Mentorday. Obtenido de Logística internacional: <https://mentorday.es/wikitips/logistica-internacional/>
- Erazo, S., & Vásquez, E. (2021). Repositorio Digital Universidad Técnica del Norte. Obtenido de La cadena de suministro en la productividad de las PYMES: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11245>
- Franco, H., Ayala, J., Echeverría, M., Hernández, Y., & Ramírez, J. (2022). UNAD. Obtenido de Propuesta de Supply Chain Management y Logística para la empresa Postobón: <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/50794>
- Inga, D., Quiñonez, J., Gonzales, J., Yépez, J., & Córdoba, R. (2023). UNAD. Obtenido de Propuesta en Supply Chain Management y Logística para la empresa Pepsico INC: <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/58809>

- Martínez, M. (2021). El Universo. Obtenido de Las gaseosas son lo más vendido y el gancho en las tiendas: <https://www.eluniverso.com/noticias/economia/entre-uno-y-dos-productos-es-la-venta-tipo-en-las-tiendas-en-ecuador-que-es-lo-que-mas-venden-nota/>
- Mayorga, t., Lascano, N., Valencia, A., & Robalino, D. (2022). Uniandes EPISTEME. Revista digital de Ciencia, Tecnología e Innovación. Obtenido de Tendencia del consumo de las bebidas azucaradas en el Ecuador: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8630175.pdf>
- Mendoza, V., & Moreira, J. (2021). FIPCAEC . Obtenido de Procesos de Gestión Administrativa, un recorrido desde su origen: <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i3.414>
- Moreno, Y., Gallo, E., Naranjo, M., & Zorro, E. (2023). UNAD. Obtenido de Propuesta en Supply Chain Management y Logística en la empresa Truchicol S.A.S.: <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/57424>
- Navarro, C. (2021). Universidad Politecnica Salesiana. Obtenido de La logística de la empresa de refrescos de Guayaquil se caracteriza por el uso de logística propia. Según el análisis de las estrategias de marketing comercial para la colocación de refrescos en Guayaquil, la empresa cuenta con clientes previos para recibir: <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/23578/1/UPS-GT003982.pdf>
- Pérez, A., & Fernandez, V. (2023). Revista Científica Ingeniería Ciencia, Tecnología e Innovación. Obtenido de Modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia en una empresa embotelladora: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9236279>
- Pons, J. (2023). Araucaria, 25(53). Obtenido de Dimensión económica y tecnológica del espacio ultraterrestre: Economic and technological dimension of Outer Space: <https://doi.org/10.12795/araucaria.2023.i53.11>
- Primicias. (2023). Obtenido de Gaseosas y snacks lideran la lista de compras en las tiendas: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/gaseosas-snacks-compra-ecuatorianos-desnutricion/>
- Quispe, K. (2021). Universidad César Vallejo. Obtenido de Marketing mix y el posicionamiento de "FCA Servicios Logísticos de Transporte Terrestre S.A.C." en Guayaquil - Ecuador, periodo 2021: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/91814>
- Rosas, S. (2023). UCSM. Obtenido de Propuesta de mejora de la gestión de la cadena de suministros para la reducción de costos logísticos de una empresa de consultoría y monitoreo ambiental: <https://hdl.handle.net/20.500.12920/13312>
- Sánchez, B. (2022). UVA. Obtenido de Creación de valor a través de un transitorio: internacionalización guiada: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/55769>
- Sánchez, C., & Rodríguez, V. (2021). Polo del Conocimiento: Revista científico - profesional. Obtenido de Eficiencia de Inventario en Empresas de Consumo Masivo: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8219400>
- Segovia, J., Orellana, M., & Sarmiento, J. (2020). ECA Sinergia. Obtenido de Estimación de la demanda de bebidas no alcohólicas en Ecuador: https://doi.org/10.33936/eca_sinergia.v11i3.2058
- Segovia, J., Orellana, M., & Sarmiento, J. (2020). ECA Sinergia. Obtenido de Estimación de la demanda de bebidas no alcohólicas en Ecuador: <https://www.redalyc.org/journal/5885/588564791007/588564791007.pdf>
- Siqueira, B., Peregalli, A., & Canettieri, T. (2024). Cadernos Metr pole, 26(59). Obtenido de Costurando a cidade: crise do capital, urbaniza o log stica e entregadores de aplicativo: <https://doi.org/10.1590/2236-9996.2024-5905>

- Sotomayor, J. (2020). Revista científica FIPCAEC. Obtenido de Comportamiento del consumidor de bebidas gaseosas en los habitantes de la ciudad de Machala: <https://www.fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/222/371>
- Tumbaco, J. (2022). Universidad de Guayaquil. Obtenido de Propuesta de elaboración de una bebida fermentada denominada kvass a partir del uso de zanahoria blanca para su difusión en la ciudad de Guayaquil: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/65189>
- UCSP. (2020). Escuela de Postgrado de la Universidad Católica San Pablo. Obtenido de Todo lo que tienes que saber sobre la gestión logística de una empresa: https://postgrado.ucsp.edu.pe/articulos/que-es-gestion-logistica-empresa/#Diferentes_tipos_de_gestion_logistica
- Velasco, N. (2023). Google Books. Obtenido de Gestión de la cadena de abastecimiento:: eslabones, herramientas y tendencias: https://books.google.com.ec/books?id=ai0j0AEACAAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Villanueva, O., & Vela, F. (2023). *Academo (Asunción)*, 10(1), 60-74. Obtenido de Competencias laborales y el efecto relajación: impacto en los retrasos de proyectos en empresas de transporte y logística en la industria petrolera de Bolivia: <https://doi.org/10.30545/academo.2023.ene-jun.6>
- Zamorano, R. (2023). *The Load*. Obtenido de La importancia de la logística para proveedores de alimentos: <https://loadsfoods.com/blog/la-importancia-de-la-logistica-para-proveedores-de-alimentos>