

Tabla de Contenido

Índice de Tablas	viii
Índice de Ilustraciones	ix
Introducción	1
1. Antecedentes generales	3
1.1. Sector Industrial	4
1.2. Marco Institucional	6
1.2.1. Regulaciones	7
1.3. Identificación de la empresa	7
1.3.1. Rubro	7
1.3.2. Misión	8
1.3.3. Visión	8
1.3.4. Valores	8
1.3.5. Estructura corporativa	8
1.3.6. Dimensionamiento de actividad	9
1.3.7. Actores	9
1.3.8. Ventaja Competitiva	11
1.4. Desempeño Organizacional	11
1.4.1. Trayectoria	11
1.4.2. Crecimiento	12
1.4.3. Inversiones	14
2. Descripción del proyecto y justificación	15
2.1. Área de trabajo	15
2.1.1. Trade Marketing	15
2.2. Caracterización del Problema	18
2.3. Objetivos	23
2.3.1. Objetivo general	23
2.3.2. Objetivos específicos	23
2.4. Alcances	23
3. Marco teórico conceptual	24
3.1. Metodología	24
3.1.1. Metodología seleccionada para el presente trabajo	26
3.2. Supply Chain	27

3.3. Supply Chain Management	28
4. Fase: Identificar	33
4.1. Estrategia	33
4.2. Proceso general	34
4.2.1. Planificación/Diseños	34
4.2.2. Ingresos en bodega	37
4.2.3. Traslado a regiones	39
4.2.4. Implementación en Supermercados	40
4.3. Personas	42
4.4. Datos y tecnología	43
5. Fase: Analizar	44
5.1. Tiempos por procesos	45
5.1.1. Tiempo: 9 Confeción Orden de Compra	45
5.1.2. Tiempo: 11 Ingresos en Bodega	46
5.1.3. Tiempo: 12 Traslado a Regiones	46
5.1.4. Tiempos por estacionalidad	47
5.2. Cantidades	48
5.2.1. Cantidad exhibidores por estacionalidad	48
5.2.2. Cantidad exhibidores por sucursal	49
6. Fase: Diagnosticar	50
7. Fase: Diseñar	53
7.1. Transporte directo mediante 3PL	54
7.2. Transporte mixto	58
7.2.1. Primera fase: transporte hacia sucursales	58
7.2.2. Segunda fase: distribución a supermercados	59
8. Fase: Evaluar	65
8.1. Transporte directo mediante 3PL	65
8.1.1. Tarifa servicio a supermercados	65
8.1.2. Resultado evaluación transporte directo 3PL	67
8.2. Transporte mixto	68
8.2.1. Primera fase: transporte hacia sucursales	68
8.2.2. Segunda fase: distribución a supermercados	71
8.2.3. Resultado Transporte mixto	74
8.3. Resumen	75
8.3.1. Situación Actual	75
8.3.2. Comparación	76
8.4. Recomendaciones	78
Conclusión	79
Bibliografía	82
A. Bodegas Sucursales	83

B. Horarios	88
C. Zonas distribución	90