

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA INGENIERÍA INDUSTRIAL



CAPITAL SOCIAL Y MEJORA CONTINUA EN LA CADENA DE
SUMINISTRO EN LA EMPRESA LATITUD, C.A.

Presentado por:

BR. ANABEL PAOLA CAÑIZALES GODOY
C.I. 29.825.164

BR. MARÍA JOSÉ PÉREZ VÁSQUEZ
C.I. 30.140.157

TRUJILLO, VENEZUELA

2025

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA INGENIERÍA INDUSTRIAL



**CAPITAL SOCIAL Y MEJORA CONTINUA EN LA CADENA DE
SUMINISTRO EN LA EMPRESA LATITUD, C.A.**

Trabajo Especial de Grado para Optar al título de Ingeniero Industrial

Presentado por:

BR. ANABEL PAOLA CAÑIZALES GODOY

BR. MARÍA JOSÉ PÉREZ VÁSQUEZ

TUTOR

PROF. LILIANA RIVERA

TRUJILLO, VENEZUELA

2025

DEDICATORIA

A Dios Todo Poderoso, por darme fortaleza, sabiduría y perseverancia.

A mi mamá Gema, cuyo amor incondicional ha guiado mis pasos, por siempre creer día a día, y por sembrar en mí la determinación.

A mi papá Ramón, su amor, seguridad y confianza en mí, han impulsado cada uno de mis pasos.

A mi hermana Paty, cuyas palabras de aliento me han motivado a no rendirme.

A mi hermana Sofía, por darme la motivación de ser un ejemplo.

Y a todas las personas que me han acompañado en este camino.

Anabel Cañizales

Primeramente a Dios, a mi mamá que fue la principal motivación este logro es tuyo donde quiera que estés, a mi padre, mis amadas morochas, Tía Nora, Tía Norma esto es de ustedes.

A mis viejorros por su motivación, a familiares y amigos.

María Pérez

AGRADECIMIENTO

Agradezco profundamente a Dios Todo Poderoso por darme la perseverancia necesaria para alcanzar esta meta, por guiarme, nunca desampararme.

A mis padres, sin su guía y motivación este logro no hubiera sido posible.

A mis hermanas, tíos, abuelos y demás familiares, por motivarme a nunca rendirme, sus oraciones y palabras de aliento han impulsado este logro.

A la Universidad Valle del Momboy, por formarme como una profesional.

Anabel Cañizales

Agradezco a mi Dios por no desampararme un segundo, empezar este camino y mantenerme, por guiarme y colocar personas buenas en el mismo.

A mis padres por guiarme, mi amada madre aunque no se encuentre en este plano terrenal sé lo orgullosa que ha de estar.

A mis familiares que siempre estuvieron pendiente por lograr esta meta aquí está, y es mía como de ustedes. Les amo con la vida.

A mi novio que con su ayuda siempre me guio en cada momento.

A la Universidad Valle del Momboy por brindarnos ser parte de su casa de estudio, aún empezando en un año tan crítico como fue el de la pandemia.

María Pérez

VEREDICTO



VICERRECTORADO ACADÉMICO FACULTAD DE INGENIERÍA

VEREDICTO

Nosotros, Profa. Yumary Valecillos, Profa. Marilyn Briceño y Profa. Liliana Rivera designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado "Capital Social y mejora continua en la cadena de suministro en la empresa LATITUD, C.A " que presenta la bachiller: PÉREZ VÁZQUEZ MARÍA JOSÉ portadora de la C.I. N°. 30.140.157.; nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con: veinte (20) puntos, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad Valle del Momboy, referente a la evaluación de los Trabajos de Grado para optar al título de Ingeniero Industrial.

En fe de lo cual firmamos en Carvajal a los trece (13) días del mes de febrero del dos mil veinticinco (2025).

Profa. Marilyn Briceño
C.I: 13.205. 436
JURADO

Profa. Liliana Rivera
C.I: 13.048.877
TUTORA

Prof. Yumary Valecillos
C.I. 14.151.309
PRESIDENTE DEL JURADO



Profa. Yumary Valecillos
C.I. 14.151.309
DECANO

Prof. Zaida Kassar
C.I. 9.175.011
**VICERRECTORA
ACADEMICA**



+58 412 2263605



www.uvm.edu.ve



universidadvalledelmomboy@uvm.edu.ve



VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE INGENIERÍA

VEREDICTO

Nosotros, Profa. Yumary Valecillos, Profa. Marilyn Briceño y Profa. Liliana Rivera designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado "Capital Social y mejora continua en la cadena de suministro en la empresa LATITUD, C.A." que presenta la bachiller: CAÑIZALES GODOY ANABEL PAOLA portadora de la C.I. N.º. 29.825.164.; nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con: veinte (20) puntos, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad Valle del Mombay, referente a la evaluación de los Trabajos de Grado para optar al título de Ingeniero Industrial.

En fe de lo cual firmamos en Carvajal a los trece (13) días del mes de febrero del dos mil veinticinco (2025).

Profa. Marilyn Briceño
C.I: 13.205. 436
JURADO

Profa. Liliana Rivera
C.I: 13.048.877
TUTORA

Prof. Yumary Valecillos
C.I. 14.151.309
PRESIDENTE DEL JURADO



Profa. Yumary Valecillos
C.I. 14.151.309
DECANO

Prof. Zaida Kassir
C.I. 9.175.011
VICERRECTORA
ACADEMICA



**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA INGENIERÍA INDUSTRIAL**



**CAPITAL SOCIAL Y MEJORA CONTINUA EN LA CADENA DE
SUMINISTRO EN LA EMPRESA LATITUD, C.A.**

Autores: Br. Anabel Cañizales
Br. María Pérez
Tutor: Ing. Liliana Rivera
Año: 2024

RESUMEN

Las cadenas de suministro juegan un papel fundamental en la actualidad, donde el consumo, producción y redes de tecnología, están a la orden del día, las empresas que se adaptan más rápido ante dichas situaciones, mantienen un alto grado de competitividad. Actualmente las empresas con un alto status, entienden que el capital social, es un elemento importante, donde las relaciones deben ser prioritarias, donde la participación activa, aportando ideas, conocimientos y experiencias permite aumentar la confianza en los trabajadores, la cooperación y el acto recíproco forman el buen camino. El objetivo fue elaborar un plan estratégico basado en el capital social y mejora continua para la cadena de suministro de la empresa Latitud, C.A., los aspectos metodológicos, tipo de investigación de carácter descriptivo, con enfoque cuantitativo, con un diseño de campo no experimental y transversal. La población fue de trece (13) trabajadores, considerada como una población finita, por tal motivo, se establece una muestra censal igual a la población, las técnicas es la encuesta y la observación directa, con los instrumentos seleccionados cuestionario en escala de Likert, y, una lista de cotejo con opciones dicotómicas, a su vez, se utilizó un diagrama de causa efecto. La validez de tres (3) expertos y con una confiabilidad del cuestionario de 0,88 considerada como una confiabilidad de categoría elevada. Los resultados mostraron debilidad en la confianza y en el uso adecuado de las redes sociales, elementos del capital social, y, en el inventario en tránsito e innovación de procesos como indicadores de mejora continua, se concluye que se debe elaborar un plan estratégico a las necesidades actuales., que cuente claramente con elementos necesarios que permitan dar u beneficio positivo que pueda ser aprovechado.

Palabras clave: capital social, redes sociales, mejora continua, cadena de suministro.

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA: INGENIERÍA INDUSTRIAL**



**SOCIAL CAPITAL AND CONTINUOUS IMPROVEMENT IN THE
SUPPLY CHAIN IN THE COMPANY LATITUD, C.A.**

Autores: Br. Anabel Cañizales
Br. María Pérez
Tutor: Ing. Liliana Rivera
Año: 2024

ABSTRACT

Supply chains play a fundamental role today, where consumption, production and technology networks are the order of the day, companies that adapt faster to these situations maintain a high degree of competitiveness. Currently, companies with a high status understand that social capital is an important element, where relationships must be a priority, where active participation, contributing ideas, knowledge and experiences allows increasing confidence in workers, cooperation and action. Reciprocally they form the good path. The objective was to develop a strategic plan based on social capital and continuous improvement for the supply chain of the company Latitud, C.A., the methodological aspects, and the type of research is descriptive, with a quantitative approach, with a non-experimental field design and transversal. The population was thirteen (13) workers, considered as a finite population, for this reason, a census sample equal to the population is established, the techniques are the survey and direct observation, with the instruments selected from a questionnaire on a scale of Likert, and a checklist with dichotomous options, in turn, a cause-effect diagram was used to determine the root of the problem. The validity of three (3) experts and with a questionnaire reliability of 0.88 considered as a high category reliability. The results showed weakness in trust and in the appropriate use of social networks as elements of social capital, and, in the inventory in transit and innovation of processes as indicators of continuous improvement, it is concluded that a strategic plan must be developed at the current needs of the company Latitud, C.A., which clearly has the necessary elements that allow it to provide a positive benefit that can be taken advantage of.

Keywords: social capital, social networks, continuous improvement, supply chain.

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	5
VEREDICTO	7
RESUMEN	9
ÍNDICE GENERAL	11
ÍNDICE DE TABLAS	14
ÍNDICE DE FIGURAS.....	15
INTRODUCCIÓN	16
I. FASE DE PLANIFICACIÓN	18
Diagnóstico Situacional	18
Problemas de la Investigación	21
Problema General.....	21
Problemas Específicos	21
Formulación de Objetivos.....	21
Objetivo General.....	21
Objetivos Específicos.....	22
Justificación de la Investigación	22
Teórica	22
Práctica.....	23
Metodológica	23
Social.....	23
Delimitación.....	23
Revisión de la Literatura.....	24
Estudios Previos.....	24
Bases Teóricas	26
Capital Social	26
Elementos del Capital Social	27
Mejora Continua	29

	12
Indicadores de Mejora Continua.....	29
Cronograma de Planificación.....	32
Operacionalización de las Variables.....	34
II. FASE DE IMPLEMENTACIÓN.....	35
Diseño de la Investigación.....	35
Población y Muestra.....	36
Diseño del Instrumento de Recolección de Datos.....	36
Validación y Confiabilidad de Instrumentos.....	38
Análisis de Datos.....	39
Objetivo Específico 1. Diagnosticar la Situación Actual de los Elementos del Capital Social en la Empresa Latitud, C.A.	39
Objetivo Específico 2. Identificar los Indicadores de Medición de Mejora Continua en la Cadena de Suministro de la Empresa Latitud, C.A.	45
Integración de Resultados.....	56
Validación de Resultados.....	57
III. FASE DE PRESENTACIÓN.....	61
Conclusiones.....	61
Recomendaciones.....	62
Plan Estratégico Basado en el Capital Social y Mejora Continua en la Cadena de Suministro en la Empresa Latitud, C.A.	63
Introducción.....	63
Visión.....	63
Declaración de Misión.....	64
Objetivo.....	64
Plan de Acción.....	64
Tácticas.....	70
REFERENCIAS.....	73
ANEXOS.....	77
Anexo A. Cuestionario Aplicado a los Trabajadores de la Cadena de Suministro de la Empresa Latitud C.A.....	78
Anexo B. Lista de Cotejo Aplicada a los Trabajadores de la Cadena de Suinistro	

de la Empresa Latitud, C.A.....	81
Anexo C. Validación de los Instrumentos	84
Anexo D. Confiabilidad del Cuestionario.....	88

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de las Variables.....	34
Tabla 2. Distribución de la Población en la Empresa Latitud, C.A.....	36
Tabla 3. Niveles de Fiabilidad	38
Tabla 4. Indicador: Comunicación.....	39
Tabla 5. Indicador: Valores Éticos.....	41
Tabla 6. Indicador: Redes Sociales.....	42
Tabla 7. Indicador: Cooperación.....	44
Tabla 8. Modelo de Lista de Cotejo Aplica a la Empresa Latitud, C.A.	46
Tabla 9. Resultados de la Lista de Cotejo Aplicada a la Empresa Latitud, C.A.....	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Cronograma de Planificación para el Desarrollo de TEG</i>	34
Figura 2. <i>Indicador: Comunicación</i>	40
Figura 3. <i>Indicador: Valores Éticos</i>	41
Figura 4. <i>Indicador: Redes Sociales</i>	43
Figura 5. <i>Indicador: Cooperación</i>	44
Figura 6. <i>Indicador: Tiempo de Ciclos de Pedidos o Lead Time</i>	48
Figura 7. <i>Indicador: Preparación de Pedidos</i>	49
Figura 8. <i>Indicador: Tasa de Devolución de Productos</i>	50
Figura 9. <i>Indicador: Tiempos de Carga y Descarga</i>	51
Figura 10. <i>Indicador: Inventario en Tránsito</i>	52
Figura 11. <i>Indicador: Innovación en Procesos</i>	53
Figura 12. <i>Indicador: Cumplimiento Normativo</i>	54
Figura 13. <i>Diagrama de Causa Efecto en la Empresa Latitud, C.A., Referente al Estudio de la Variable de Mejora Continua</i>	55

INTRODUCCIÓN

Las herramientas gerenciales, permiten a las organizaciones actuales, una serie de valor agregado, que le proporcionan una serie de elementos, logrando competir en un mundo, donde la información es transmitida y manejada en milésimas de segundos, resultando, un hecho ineludible, que las empresas que manejan de forma más eficiente la información, son las que sobresalen alcanzando un plus consistente, logrando adaptarse a los cambios de una forma más cómoda y sencilla. Otras empresas, también buscan definiciones que de acuerdo a sus propiedades y/o elementos cuando se trabajan de manera correcta y con cohesión logrando mayores beneficios, al momento de alcanzar los objetivos trazados, en ese sentido, una definición que ha venido escalando posiciones es el capital social.

Los elementos del capital social, como la comunicación, valores éticos, redes sociales y cooperación, utilizados de forma convergente permiten cohesionar grupos de trabajo, debido a que la comunicación es más fluida, logrando ser transmitida por distintos medios electrónicos, donde se fomenta la cooperación y los valores éticos que deben estar presentes. Aunada, a esta definición, la mejora continua en sus procesos, van a lograr cambios significativos de forma significativa, debido a que, para la mejora continua se necesita de disciplina, siendo una herramienta de origen japonés de mucho uso por las empresas de renombre.

El capital social y la mejora continua en la cadena de suministro de una empresa posicionada en el estado Carabobo como resulta Latitud, C.A. La estructura del estudio, es de tres (3) fases consecutivas, que cada una de ellas con sus elementos, les dan un soporte necesario a los investigadores para cumplir con su cometido. Una primera fase de planificación, donde resalta plantear el diagnóstico situacional, las interrogantes que genera dicha situación, los objetivos que

se consideran para dar cumplimiento a las interrogantes señaladas, la justificación, delimitación, para finalizar con los aportes teóricos, encabezados por los estudios previos, seguidos del sustento de autores por cada una de las definiciones señaladas en la operacionalización, se agrega un cronograma de planificación, necesario para mantener un orden y cumplir con los tiempos establecidos.

Seguidamente, se inicia la etapa de implementación, enfocándose en los aspectos metodológicos el tipo y diseño, así como la población y muestra, se definieron las técnicas e instrumentos para los dos primeros objetivos específicos, que serán validados mediante juicios de expertos y un análisis de confiabilidad. Tras el análisis de datos, se integró y validó los resultados, la investigación culmina con la presentación de conclusiones y recomendaciones, alineadas con el tercer objetivo específico mediante un plan estratégico, y se incluirán las referencias y anexos pertinentes.

I. FASE DE PLANIFICACIÓN

La investigación es significativa realizando actividades interconectadas, se llevará a cabo un diagnóstico situacional, se formularán preguntas y objetivos, se justificará y delimitará el estudio, se revisarán investigaciones anteriores estableciendo las bases teóricas, para elaborar un cronograma y una tabla de operacionalización.

Diagnóstico Situacional

En las empresas como las organizaciones, los cambios son constantes y requieren una adaptación inmediata para competir efectivamente, información manejada en segundos, y es primordial actuar de manera consciente satisfaciendo la evolución de mercados. Las cadenas de suministro en este contexto resultan esenciales, y aquellas empresas que se adaptan rápidamente a estas circunstancias logran mantener una alta competitividad, lo que impacta positivamente su imagen. Sin embargo, pueden enfrentar diversas dificultades que interrumpen el flujo, los participantes deben mantener una comunicación fluida, evitando fallos que puede afectar la operación. Según Pires y Carretero (2007), la gestión de la cadena de suministro va desde la recepción de materia prima hasta el consumidor. Además, como señala Bowerbox (2008), una correcta gestión de suministros aporta valor al cliente generando ahorros sostenibles.

El avance tecnológico, las empresas que aprovechan las herramientas tecnológicas destacan en un entorno competitivo, la disponibilidad de materia prima es casi inmediata. Las TIC's evolucionan constantemente, lo que ayuda a reducir costos y optimizar el flujo de información entre actores (Correa, 2012). Así, las organizaciones que se diferencian de sus rivales invierten en capacitación y tecnología, aportando valor añadido.

Empresas como Samsung, Amazon, Unilever, Nestlé y The Coca-Cola Company comprenden que su éxito radica en invertir en su talento humano y en tecnología, dichas empresas reconocen al cliente como el centro de su existencia, hacen investigaciones adaptándose de manera proactiva a un entorno donde los consumidores son más exigentes y la competencia es intensa. El obtener ganancias, por medio de la atención a la demanda es el objetivo del lucro organizacional, si los ingresos son bajos, siempre hay un factor que lo impide, y es fundamental abordarlo (Goldrat Consulting, 2016).

La mejora continua tratar de conocer las opiniones y sugerencias de los clientes con la intención de generar cambios que logren la optimización del proceso y/o servicio. Según Loayan (2022), el agregar valor mediante la eliminación de desperdicios y reducir ineficiencia, puede agregar valor al cliente, favoreciendo la efectividad organizacional. Aunado a esto, actualmente las empresas con un alto status, entienden que el capital social, donde las relaciones deben ser prioritarias, donde la participación activa, aportando ideas, conocimientos y experiencias permite aumentar la confianza, la cooperación y el acto recíproco forman el buen camino, para Durston (2002), expresa son las relaciones donde la confianza se combina perfectamente con la reciprocidad y cooperación.

En Latinoamérica, la cadena de suministro el mayor riesgo es por las regulaciones propias de cada país, y por la disponibilidad de costo y calidad, fluctuaciones económicas, escasez de productos, confiabilidad en proveedores (Krishnan et al. 2007), es decir, se nota claramente el cambio, en el primer mundo, donde las perturbaciones son mínimas, y se resuelven, en cambio, en Latinoamérica, la realidad es distinta, hay países que pasan por una gran crisis, con regulaciones fuertes, además, está los distintos elementos del capital social, donde no se tiene confianza, todo ello afecta a que actúen de manera inadecuada.

En Centro América, se carece sobre el significado de mejora continua aplicado en los sistemas de producción, a la falta de conocimiento, incidiendo fuertemente en aquellas donde su estructura resulta compleja poder optimizar procesos (Martínez, 2020). En tal sentido, el ambiente cambiante, que se vive, provoca adaptación, logrando la satisfacción del cliente, entendiéndose que es posible lograrlo con indicadores adecuados. Por tal razón, desde la región americana (Estados Unidos) hacia abajo, aplicar distintas herramientas que puedan adaptarse a sus situaciones mejorando continuamente sus procesos y/o actividades.

Imaginemos, un país como Venezuela, envuelto en una crisis económica, que llegó al punto de tener una hiperinflación, la cual ha sido detenida, pero con pocos avances significativos, es importante entender, que el transporte es parte primordial, es claramente evidente una escasez alta de combustible, lo cual afecta considerablemente la cadena. Las organizaciones, están en vaivén donde cumplir con los tiempos esperados, resulta un éxito, que puede tardar en repetirse, sin alianzas entre los involucrados (proveedor, comprador y cliente), donde departamentos actúan de manera aislada (Schmid, 2019).

El estado Carabobo, la crisis del país, también ha afectado, pero en menor medida, un estado netamente industrial, la cantidad de cadenas, con un gran movimiento, las cuales han venido luchando con todas las perturbaciones debido a distintas circunstancias de índole económico, pero, muchas empresas siguen manejando, así los costos se incrementen, y la inflación afecte considerablemente su economía. La empresa Latitud C.A., son operadores logísticos portuario, trabajando con alianza estratégica para con Bolivariana de Puertos en el Patio Único de exportación en carga y descarga de buques, así como manejo y movilización de la carga, se conversó con Oswuanny Murguey, supervisor de control de equipo, sobre la investigación y las variables que se pretenden abarcar.

El supervisor, comentó los distintos altibajos, que han mermado la capacidad operativa, los principales inconvenientes son las restricciones nacionales ejecutadas, los tiempos de respuesta no son los adecuados, por muchas perturbaciones que se presentan en distintas partes, es importante mantener una comunicación efectiva. La baja inversión en capacitación y tecnología ha mermado la confianza entre trabajadores, proveedores y clientes, motivando esta investigación sobre capital social y mejora continua en Latitud, C.A.

Problemas de la Investigación

Problema General

¿Cómo debe ser el plan estratégico basado en el capital social y mejora continua para la cadena de suministro en la empresa Latitud, C.A.?

Problemas Específicos

¿Cuál es la situación actual de los elementos del capital social en la empresa Latitud, C.A.?

¿Qué indicadores de medición de mejora continua se encuentran presentes en la cadena de suministros en la empresa Latitud, C.A.?

¿Cómo puede desarrollarse un plan estratégico que integre el capital social y la mejora continua en la cadena de suministro de la empresa Latitud, C.A.?

Formulación de Objetivos

Objetivo General

Elaborar un plan estratégico basado en el capital social y mejora continua para la cadena de suministro de la empresa Latitud, C.A.

Objetivos Específicos

Diagnosticar la situación actual de los elementos del capital social en la empresa Latitud, C.A.

Identificar los indicadores de medición de mejora continua en la cadena de suministro en la empresa Latitud, C.A.

Desarrollar un plan estratégico basado en el capital social y mejora continua en la cadena de suministro en la empresa Latitud, C.A.

Justificación de la Investigación

El justificar un estudio resalta su relevancia y necesidad, abordando aspectos metodológicos y otros aportes, el enfoque es resolver los retos en Latitud, C.A., con un plan estratégico que se adapte a sus necesidades. Tal como señala Bernal (2010), las investigaciones se orientan claramente a dar solución a una problemática existente, con exposición de razones claras del por qué se está investigando.

Teórica

En cuanto al aspecto teórico, el aporte de expertos, para el capital social, se considera a Putnam (1994), Bourdieu (1986), Kliksberg y Rivera (2007) y Bourdieu (1983), mientras con relación a la mejora continua, León y Martínez (2019), Antún (2013), Martin (2011), Ishikawa (1997), Gattorna y Ellis (2019), cimentando el estudio, con conocimientos expresados en distintos documentos.

Práctica

El aspecto práctico es desarrollar una herramienta para Latitud, C.A., facilitando una comprensión profunda, adquirir un conocimiento integral sobre el capital social y la mejora continua dentro de la cadena, con aporte de diversos autores. Siendo significativo, un plan que permita lograr un equilibrio entre los objetivos trazados y las exigencias recurrentes.

Metodológica

Desarrollar herramientas para la recopilación de datos, generando un instrumento acorde a la investigación, con la validación, lo que permitirá generar una herramienta óptima que se centre en los objetivos planteados, variables, dimensiones e indicadores relevantes. Este enfoque asegura el cumplimiento, convirtiéndose en un recurso valioso para estudios futuros.

Social

Contribuir a un entorno laboral propicio para su crecimiento, es necesario disponer de una guía, permitiendo una comprensión más detallada de las dinámicas laborales, facilitando la implementación de acciones eficaces cuando el personal enfrenta retos. Todo esto se realiza mejorando de manera continua los procedimientos establecidos.

Delimitación

La presente investigación se llevará en la Oficina Principal Avenida Juan José Flores con calle Falcón, Centro Comercial Profesional Juan José Flores Nivel 1 Centro, Puerto Cabello, Carabobo, Venezuela, único de exportación bolivariana de puertos Puerto Cabello. Entre septiembre de 2024 y enero de 2025, se llevará a cabo la elaboración de un plan estratégico

fundamental para profundizar en el entendimiento de un aspecto clave en Latitud, C.A., considerando su sector de actividad, en un entorno tan competitivo y exigente.

Revisión de la Literatura

Permite al investigador acceder a los hallazgos de investigaciones previas que son afines al estudio que se está desarrollando (Creswell, 2003). Compilar aquellos trabajos y artículos con una estrecha relación, enriqueciendo y estableciendo una base sólida que respalda las variables que se están analizando en la investigación actual, logrando una comprensión más profunda y un marco de referencia que apoya la validez del trabajo.

Estudios Previos

Ceballos y Duque (2024), titulado: “Estrategias de Mejoramiento de la Gestión de Cadena de Suministro para una Productora y Comercializadora de Verduras Orientales de la Zona Rural del Municipio Palmira”, presentado en la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD, Bogotá, Colombia, para optar al título de Ingeniero Industrial, cuyo objetivo proponer estrategias de mejoramiento de la gestión de la cadena de suministro de la productora antes mencionada. Descriptiva, con enfoque mixto, una población de doce (12), tomando la muestra igual a la población, las técnicas la observación directa y encuesta, con los instrumentos entrevistas estructuradas y un cuestionario.

Los resultados, baja eficiencia operativa y altos costos logísticos, concluyendo con estrategias direccionadas, que permitan alcanzar un nivel óptimo en los indicadores o elementos que se tienen como una debilidad. La relación presente, es tomar el instrumento del estudio, siendo un modelo por los elementos involucrados, como el cliente, proveedores, almacenamiento y logística, enfocando las estrategias planteadas puede servir como referente al plan estratégico,

Gallardo (2024), en su trabajo especial de grado titulado: “Plan Estratégico de Capital Social para Fortalecer la Gestión de Calidad”, presentado en la Universidad Valle de Momboy, para optar al título de Ingeniero Industrial, San Rafael de Carvajal, Trujillo, Venezuela, el objetivo proponer un plan estratégico de capital social para fortalecer la gestión de calidad. Proyectivo, con diseño de campo, muestra y población de 14 trabajadores, técnicas de observación directa y encuestas, e instrumentos una guía de observación y un cuestionario estructurado con 14 preguntas cerradas, las cuales fueron validadas por tres expertos.

Los resultados indican la confianza, la cooperación, el liderazgo y la capacitación no se alinean con los objetivos, se concluye que un plan estratégico que aborde estas áreas puede potenciar la competitividad y elevar la satisfacción del cliente. Asimismo, al relacionar estas definiciones con el capital social, se sugiere que un enfoque estratégico basado en este concepto puede ser un modelo efectivo, complementándose con la mejora continua en la cadena.

El trabajo de investigación de Bracamonte (2022), titulado: “Propuesta de Mejora de la Cadena de Suministros de la Empresa Rapid Express, S.R.L. de la ciudad de Trujillo, 2020”, presentado en la Universidad Privada del Norte, para optar al título profesional de Licenciado en Administración, en Trujillo, Perú. La investigación busca mejorar la cadena de suministro, un enfoque no experimental y un diseño transaccional descriptivo. Se seleccionaron procesos específicos, con una población de tres (3) procesos y siete (7) subprocessos, y se utilizó información documental junto con una guía de observación, aplicando la observación directa como técnica principal.

Los hallazgos revelan serios desafíos en la cadena, especialmente en logística e inventarios, se propone una mejora con la clasificación ABC de materiales y diagramas de flujo para optimizar las operaciones. Esta propuesta ofrece herramientas y procedimientos a los empleados,

fortaleciendo el plan estratégico de Latitud, C.A., integrando el capital social para fomentar la participación y confianza, cultivando un sentido de pertenencia.

Bases Teóricas

El marco conceptual en una investigación, resalta, ya que, sitúa el estudio dentro un espectro ya conocido, permitiendo que el mismo especifique definiciones y terminologías, que van relacionadas con todos los sub-elementos, la dimensión y sus indicadores, presentados para alcanzar los objetivos específicos. Balestrini (2001), señala que situando en un área específica fundamentos teóricos que guardan una relación clara con el problema a desarrollar.

Capital Social

El mundo cambia a pasos agigantados, cada día que transcurre, prácticamente es una búsqueda continua de herramientas que permitan el sostenimiento. La tecnología, abarca una gran parte, su deber dar el mejor uso a las mismas, con rapidez, pudiendo expresarse que es en tiempo real, sin importar la distancia. Además, dichas redes permiten percepciones y la reciprocidad entre los integrantes, pudiendo además de ser, una motivación hacia el trabajador. Expresar capital social, se piensa con el aspecto económico, la existencia de letreros donde se refleja un valor monetario, pero, la definición es más amplio.

Para Kliksberg y Rivera (2007), expresan serie de dimensiones o elementos relacionados, con la confianza, asociación y valores tanto éticos como personales. Dicha definición se enmarca a una sociedad, lo cual fácilmente puede ser llevado a una organización. En la empresa Latitud, C.A., se cuenta con características que guardan relación con el capital social, deben ser aprovechadas al máximo para incidir directamente en los objetivos.

Elementos del Capital Social

El concepto ha sido objeto de diversas interpretaciones por autores, quienes han aportado sus perspectivas únicas. En este análisis, se considerarán los elementos que han propuesto Putnam (1994), Bourdieu (1986), así como Kilksberg y Rivera (2007), la variedad de enfoques permitirá una comprensión más amplia y profunda, también será fundamental, enriquecer con interacciones que emergen de ellas, proporcionando un contexto valioso para nuestra investigación actual.

Comunicación

Primer elemento a estudiar la comunicación es posible si y solamente si los agentes están objetivamente afinados de modo a asociar mismo signo y viceversa, en sus operaciones de cifrar y descifrar (Bourdieu, 1983). El reflejo de su posición social y puede impactar su capacidad para enriquecer, el lenguaje actúa como medio para reproducir el capital social, ya que las habilidades comunicativas son capital cultural que abre puertas a oportunidades antes inaccesibles, así, el dominio del lenguaje es clave que puede fomentar la inclusión o la exclusión en diversos ámbitos. En la empresa Latitud, C.A., la comunicación puede considerarse un elemento primordial, la cadena es muy amplia, y la comunicación debe ser fluida, concreta y entendible para todos los involucrados, permitiendo cumplir de manera correcta con todo el sistema.

Valores Éticos

Las conexiones en una organización trascienden lo económico y se fundamentan en normas y valores compartidos, los aspectos éticos son esenciales para cultivar la confianza y la solidaridad, fomentando la cohesión y la colaboración. Los valores éticos actúan como un hilo conductor que une a las personas y fomenta interacciones constructivas (Bourdieu, 1983), es decir, compartir

creencias y principios, los individuos crean un entorno donde pueden ofrecer y recibir apoyo mutuo, este compromiso ético transforma un recurso invaluable, generando redes que, aunque intangibles, son vitales para el bienestar colectivo y la estabilidad. En Latitud, C.A., la ética es esencial, y cada trabajador debe respetar y aplicar los valores establecidos en su labor diaria, fomentando un entorno de colaboración y apoyo mutuo que fortalezca las redes.

Redes Sociales

Estas plataformas digitales han transformado la interacción humana y fomentado la cohesión organizacional (Kliksberg y Rivera, 2007), actuando como impulsores de la comunicación fortaleciendo relaciones, las plataformas permiten compartir recursos y apoyo, promoviendo un capital social más accesible. Además, crean espacios de diálogo y movilización empresarial, empoderando a los empleados, las redes facilitan la participación activa, para una organización más justa y colaborativa. Aunque enfrentan retos como la desinformación, su capacidad para fortalecer el capital social es significativa, promoviendo interacciones y aprendizajes que enriquecen la vida organizativa y fomentan la cooperación. En Latitud, C.A., la existencia de redes sociales, es un mecanismo utilizado por los trabajadores para compartir sus experiencias y conocimientos, permitiendo un mayor enriquecimiento.

Cooperación

Este elemento, resulta indispensable porque genera un mayor sentido humano, permitiendo colaborar entre ellos en momentos de necesidades. Además, la cooperación puede ser llevada a la parte externa con alianzas estratégicas que permitan afianzar la imagen, es importante considerar una cultura organizacional de cooperación. La creación de la confianza mutua permitida por dos o más personas, organizaciones logrando acuerdos (Putnam 1994). En Latitud, C.A., es necesaria la

cooperación entre las zonas que conlleva una cadena de suministro, la colaboración siempre es relevante para cumplir con los objetivos.

Mejora Continua

Es una filosofía empresarial donde la disciplina y transformación organizacional, alcanzando la excelencia, en todos los aspectos. Dicho enfoque implementa cambios constantes con la idea de optimizar los procesos (Guadamillas,1999). Los métodos emergen como respuesta a las exigencias del cliente y la competencia en la economía actual, las herramientas japonesas son clave, pero requieren una notable disciplina. La mejora continua en cambios constantes, enfocándose en optimizar procesos con rigor en calidad, productividad, satisfacción del cliente, tiempos de ciclo y costos (Alarcón, 2017).En la empresa Latitud, C.A., se busca tener la disciplina adecuada para cumplir con los procesos en forma ordenada, intentando evitar los retrabajos, y cumpliendo de manera efectiva con los clientes, de manera indirecta sin tener una capacitación amplia sobre el concepto, su importancia y todos los beneficios capaces de lograr.

Indicadores de Mejora Continua

Instrumentos fundamentales para evaluar y seguir de cerca su rendimiento, dichas herramientas no solo ayudan a detectar áreas que necesitan atención y ajustes, sino que también fomentan un ambiente propicio para el crecimiento constante. Al emplear métricas específicas, definiendo objetivos precisos y medir su avance hacia el logro, lo que les permite optimizar sus procesos y mejorar servicios que ofrecen.

Tiempo de Ciclo de Pedido o Lead Time

Es el periodo de tiempo entre la oportunidad en que el cliente coloca el pedido y el momento en el que lo recibe (Antún, 2013). Este indicador resulta fundamental por diversas razones: satisfacción del cliente, eficiencia operativa, flexibilidad, determinar cuellos de botella, entre otros. El cliente, es la razón de ser, cumplir con sus pedidos, es prácticamente una obligación, por tal razón, se debe entender, que para el cliente no es de su agrado esperar, el confía plenamente en los tiempos de entrega establecidos, por tal razón, las empresas deben tener un control. En Latitud, C.A., se trabaja con tres tiempos, recomendados por autores del área de investigación de operaciones, tiempo normal, tiempo optimista y tiempo pesimista, sabiendo que cada pedido es diferente.

Preparación de Pedidos

Un pedido, su preparación toma en cuenta recursos, para el embalaje del mismo, y poder ser transportado, para llegar a las manos del cliente. Se inicia la preparación desde una orden de compra siendo los operadores quienes recorren las estanterías seleccionando los productos para proceder a ser embalados de manera adecuada (León y Martínez, 2019). En la empresa Latitud, C.A., es imprescindible, debido a que el cumplimiento, genera un impacto en los clientes, lo cual resulta beneficioso para futuros servicios.

Tasa de Devolución de Productos

Es el porcentaje de productos que los clientes devuelven tras haber realizado una compra, y se utiliza como una medida de la calidad del producto y la satisfacción del consumidor (Ishikawa, 2007), ayuda a detectar problemas en productos y procesos. Un alto nivel de devoluciones puede señalar problemas afectando la confianza, se debe hacer énfasis en vigilar las devoluciones para fortalecer las relaciones con los clientes y mantener una ventaja competitiva. Para Latitud, C.A.,

dedicada a la exportación, este indicador es clave, ya que su labor implica garantizar que los productos cumplan con las normativas tanto nacionales como internacionales.

Tiempos de Carga y Descarga

El tiempo dedicado a la carga y descarga afecta los plazos de entrega y la satisfacción del cliente. Optimizar estos procesos puede resultar en un mejor rendimiento global (Martin, 2011), estos tiempos permiten evaluar la eficiencia operativa. El monitoreo continuo de los tiempos de carga y descarga fomenta una cultura de mejora continua, abordando retrasos, se pueden implementar soluciones que optimicen estos procesos. Esto no solo reduce el tiempo de vehículos parados, mejora la planificación de las entregas, impactando positivamente en la rentabilidad. En la empresa Latitud, C.A., se trabaja de manera eficaz, tratando de que estos tiempos, cumplan con los estándares de calidad establecidos, para así no retrasar el proceso.

Inventario en Tránsito

Son los productos que se encuentran en movimiento entre distintos puntos, desde el proveedor hasta el cliente final (Gattorna y Ellis, 2019), el inventario en tránsito resulta importante para evaluar la eficiencia logística, una gestión adecuada permite identificar cuellos de botella y optimizar tiempos de entrega. El monitoreo proporciona datos cruciales sobre el rendimiento, permitiendo realizar ajustes en la agilidad, adaptándose mejor a las fluctuaciones del mercado. En Latitud, C.A., los empleados son conscientes de que cualquier fallo en este proceso impacta a todos, comprometerse a realizar su labor con orden y dedicación.

Innovación en Procesos

Este enfoque subraya mejorar y adaptar las metodologías operativas que las organizaciones utilizan para sus actividades (Gattorna y Ellis, 2019). La innovación resuelve problemas actuales, prevé futuros desafíos, creando un entorno flexible que permite crecer en un mercado en constante cambio, el fomentar una cultura de aprendizaje y experimentación requiere de compromiso. La innovación, debe ser vista como un ciclo constante de reflexión y ajuste, donde cada etapa se evalúa en función de su impacto y efectividad, sus decisiones de innovación, garantizan que el progreso se mantenga alineado. En Latitud, C.A., se trabaja de la manera tradicional, por tal razón, la inversión en innovación es muy poca, lo cual implica que existe la posibilidad de no estar a la par en algunos procesos.

Cumplimiento Normativo

Es el respeto a las regulaciones y normativas no solo asegura la legalidad de las operaciones, sino que también fortalece la reputación de la organización (Gattorna y Ellis, 2019), el cumplimiento por las normas genera un entorno de trabajo más seguro y responsable, donde los estándares aumentan al ser considerados y adoptados por el personal. Este compromiso impulsa la capacidad de innovación, un marco regulatorio bien comprendido abre oportunidades de mejora; es una obligación; una palanca estratégica para la mejora continua, en Latitud, C.A., las normas, lineamientos y valores organizacionales, el respeto por las leyes venezolanas y extranjeras, todos los procesos que se lleven a cabo deben estar cumpliendo con las leyes, el salirse de la ley no se está permitido, ni siquiera pensarlo como opción.

Cronograma de Planificación

Una planificación mantiene un orden, siempre es importante, elaborar un cronograma, tomando en consideración, en esta oportunidad, el Diagrama de Gantt, muy aceptado como

herramienta de planificación, que permite mantener las actividades interrelacionadas con órdenes de precedencia para llevar a cabo la investigación.

Figura 1

Cronograma de Planificación para el Desarrollo de TEG

Actividades	Fecha de Inicio	Fecha de Finalización	Duración de la Actividad (Semanas)	SEMANAS													
				Sep.	Oct.				Nov.				Dic.				
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Reunión con los profesores del grupo focal	23/9/2024	27/9/2024	1														
Selección del Tema de Investigación	30/9/2024	4/9/2024	1														
Aprobación del Tema de Investigación	7/10/2024	11/10/2024	1														
Inicio de fase de planificación	7/10/2024	11/10/2024	1														
Plasmar diagnóstico situacional	7/10/2024	11/10/2024	1														
Interrogantes, objetivos, justificación y delimitación	14/10/2024	18/10/2024	1														
Estudios previos	14/10/2024	18/10/2024	1														
Bases teóricas y operacionalización de las variables	21/10/2024	24/10/2024	1														
Entrega de fase de planificación	21/10/2024	24/10/2024	1														
Corrección de fase de planificación	28/10/2024	01/11/2024	1														
Inicio de fase de implementación	04/11/2024	08/11/2024	1														
Desarrollo de metodología aplicada	04/11/2024	08/11/2024	1														
Aplicación de instrumentos	11/11/2024	15/11/2024	1														
Análisis de datos, validación e integración	18/11/2024	28/11/2024	2														
Entrega de fase de implementación	27/10/2024	28/11/2024	1														
Inicio de fase de presentación	02/12/2024	06/12/2024	1														
Conclusiones y Recomendaciones	02/12/2024	06/12/2024	1														
Desarrollo de plan estratégico	09/12/2024	13/12/2024	1														
Entrega de fase de presentación y páginas Preliminares	2/12/2024	19/12/2024	1														
Duración Total de la Investigación			13														

Nota. La figura presenta los tiempos (semanas) de cada actividad.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Operacionalización de las Variables

Los indicadores han sido seleccionados meticulosamente tras una exhaustiva revisión, asegurando que su análisis contribuya efectivamente a alcanzar los objetivos, para ello, se cuenta con una tabla que cuenta con todos los elementos relacionados con el estudio, permitiendo un mejor y mayor enfoque de las variables que se desean estudiar.

Tabla 1.

Operacionalización de las Variables

Objetivo General: Elaborar un plan estratégico basado en el capital social y mejora continua para la cadena de suministro de la empresa Latitud, C.A.					
Objetivos Específicos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnicas e Instrumentos	Ítems
Diagnosticar la situación actual de los elementos del capital social en la empresa Latitud, C.A.	Capital Social	Elementos del Capital Social	Comunicación Valores Éticos Redes Sociales Cooperación	Encuesta Cuestionario	1, 2 3, 4 5, 6 7, 8
Identificar los indicadores de medición de mejora continua en la cadena de suministro en la empresa Latitud, C.A.	Mejora Continua	Indicadores de Mejora Continua	Tiempo de Ciclo de Pedidos o Lead Time. Preparación de Pedidos. Tasa de Devolución de Productos. Tiempos de Carga y Descarga Inventario en Tránsito. Innovación de Procesos. Cumplimiento Normativo.	Observación Directa Lista de Cotejo Diagrama Causa Efecto	1, 2 3, 4 5, 6 7, 8 9, 10 11, 12 13, 14
Desarrollar un plan estratégico basado en el capital social y mejora continua en la cadena de suministro en la empresa Latitud, C.A.					

Nota. Operacionalización de las variables.

Fuente: Elaboración propia (2024).

II. FASE DE IMPLEMENTACIÓN

La interpretación de los datos con diversos instrumentos aplicados a una muestra determinada, los análisis realizados resulta fundamental y se apoyan en la obra de autores destacados en los indicadores a evaluar. La etapa de implementación establece condiciones específicas para asegurar que la recolección de datos sea efectiva, mediante el uso adecuado de encuestas, entrevistas y análisis, así como la correcta gestión de los recursos necesarios para la presentación (Babbie, 1988).

Diseño de la Investigación

En investigación, es fundamental que los investigadores identifiquen su tipo para orientar adecuadamente el estudio, se trata de una investigación descriptiva, que, según Arias (2012), se enfoca en caracterizar fenómenos, individuos o grupos para entender su estructura o comportamiento. Dicho enfoque permite medir variables independientes, observando detalladamente sin establecer relaciones entre ellos. Además, considera un enfoque cuantitativo, donde se contrastan teorías existentes mediante hipótesis, requiriendo una muestra representativa (Tamayo, 2012). Asimismo, se define como un diseño de campo no experimental y transversal, para Arias (2012) la recolección de datos se realiza directamente de los sujetos o el entorno sin alterar las condiciones existentes.

Según Hernández et al. (2006), los estudios no experimentales se caracterizan por la ausencia de manipulación deliberada, enfocándose en la observación de fenómenos en su entorno natural. Además, la investigación tiene un diseño transversal, la recolección de datos se realiza en un solo momento, permitiendo analizar diversas condiciones (Tamayo, 2012). En la empresa Latitud, C.A., se puede obtener la información de los trabajadores en un tiempo acordado.

Población y Muestra

Población compuesta por 13 trabajadores que participan directamente en la cadena de suministro. Según Hernández et al. (2006), la población se define como el grupo de individuos que comparten ciertas características, a partir de las cuales se busca generalizar resultados. La muestra, por su parte, se considera altamente representativa siendo censal, dado que se incluye a todos los integrantes de un grupo finito (Chávez, 2007). Esto significa que se analizan todas las unidades de estudio en lugar de seleccionar una porción (Ramírez, 1997). Se toma como muestra a los 13 trabajadores de Latitud, C.A., quienes son relevantes.

Tabla 2.

Distribución de la Población en la Empresa Latitud, C.A.

Cargo	Cantidad
Jefe de Patio	1
Jefe de Operaciones	1
Supervisor de Facturación	1
Jefe de Inventario	1
Trabajadores zona de carga y descarga	4
Trabajadores de zona de inventario	2
Chequeador de lista en el sistema	1
Chequeador de lista en patio	1
Chequeador de lista en el buque	1
Total	13

Nota. La tabla muestra el cargo y cantidad de trabajadores.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Diseño del Instrumento de Recolección de Datos

Las técnicas tienen incidencia de forma directa con los procedimientos que se desean establecer, pueden clasificarse como revisión documental, observación directa, encuesta, técnicas socio métricas, entre otras (Hurtado, 2000). Para el primer objetivo específico, diagnosticar la

situación actual de los elementos del capital social en la empresa Latitud, C.A., la encuesta, la cual admite suministrar contestaciones a contrariedades en procesos pormenorizados con el fin de que existan correspondencias entre las variables (Tamayo, 2012). Esta técnica, permitirá elaborar un instrumento que abarcará los trece (13) trabajadores.

Con respecto al segundo objetivo específico, que busca identificar los indicadores de medición para la mejora continua en la cadena de suministro de la empresa Latitud, C.A., se optará por la observación directa como método fundamental para alcanzar esta meta. Según lo expuesto por Hernández et al. (2010), la observación directa proceso sistemático, legítimo y confiable que permite capturar y analizar comportamientos y actitudes en su contexto natural. Esta técnica facilitará una comprensión profunda de dinámicas operativas, revelando áreas de oportunidad para optimizar la eficiencia y efectividad en la cadena de suministro.

Una vez definidas las técnicas, se eligen instrumentos adecuados para alcanzar los objetivos. Para el primer objetivo específico, se optará por un cuestionario, para Blanco (2000), un cuestionario es un formato compuesto de preguntas con opciones de respuestas para ser respondidos por los encuestados. El cuestionario consta de preguntas de respuesta múltiple, utilizando la escala de Likert con opciones que incluyen siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca, compuesto por ocho ítems, distribuidos en dos por cada indicador (Ver Anexo A). En cuanto al segundo objetivo, se utilizará una lista de cotejo, Tamayo (2012) la lista de cotejo fija su razón en aspectos específicos que abordan el problema a investigar. En tal sentido, se aplicará a nivel general en la empresa, evaluando cada indicador con catorce criterios con respuestas dicotómicas de sí o no.

Otro instrumento a considerar para el segundo objetivo específico fue el diagrama de causa efecto, el cual, resulta la herramienta adecuada seleccionada por los investigadores, para plantear

el problema presentado en la empresa, identificando sus causas posibles y los efectos de forma sintética, dando un sustento viable para soportar la investigación. Para Juran (1990), el diagrama causa efecto es una técnica que organiza las causas de un problema en categorías, facilitando la identificación de las causas raíz que deben ser abordadas para solucionar el problema.

Validación y Confiabilidad de Instrumentos

La validación de un instrumento permite a expertos ofrecer sus observaciones, contribuyendo a alcanzar los objetivos propuestos, dichos aportes enriquecen la investigación al proporcionar perspectivas adicionales. Según Hernández et al. (2006), la validez se refiere al grado en que un instrumento mide la variable deseada. La confiabilidad del cuestionario se evaluará debido a sus respuestas múltiples, reflejando las percepciones del trabajador. Un instrumento se considera confiable si mide adecuadamente los atributos que se pretende evaluar, según Méndez (2007). Se utilizará una tabla junto con Microsoft Excel, aplicando una fórmula específica.

$$r_{tt} = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum_i^K S_i^2}{S_T^2} \right]$$

Tabla 3.

Niveles de Fiabilidad

α	Categoría
0,81 – 1	Elevada
0,61 – 0,8	Aceptable
0,41 – 0,6	Regular
0,21 – 0,4	Baja
0 – 0,20	Muy Baja

Nota: La tabla muestra el valor de confiabilidad y su categoría respectiva.

Fuente: Tomada de Palella y Martins (2012).

El valor obtenido $r_{tt} = 0,880916791$ para el primer instrumento aplicado (cuestionario), expresa claramente que se encuentra en una categoría elevada, el cual brinda un soporte ideal, de

su aplicación, y la confiabilidad de dicho instrumento, permitiendo claramente continuar, aplicando el cuestionario obteniendo datos que deben ser analizados, integrados y validados, permitiendo tener una claridad mayor sobre la situación presente en Latitud, C.A.

Análisis de Datos

Aspectos como la identificación del problema, formulación de preguntas y objetivos, y el marco teórico sobre las variables de estudio. Además, se han definido los métodos que guiarán la creación de un instrumento para recolectar datos relevantes, se presentarán tablas de frecuencias y gráficos de barras que ofrecerán una perspectiva más clara, con un análisis exhaustivo de cada indicador.

Objetivo Específico 1. Diagnosticar la Situación Actual de los Elementos del Capital Social en la Empresa Latitud, C.A.

Las empresas actuales se están adaptando constantemente a los cambios por la globalización, donde la gestión de la información se ha vuelto importante, además de emplear herramientas tecnológicas, buscan aquellas que favorezcan los objetivos. En este contexto, el capital social ha cobrado relevancia, ya que su integración de comunicación, valores éticos, redes sociales y cooperación ofrece diversos beneficios que pueden mejorar la productividad en múltiples áreas en cualquier momento.

Tabla 4.

Indicador: Comunicación

Opciones	Ítem 1. La comunicación entre los trabajadores de la cadena de	Ítem 2. La toma de decisiones es comunicada de forma inmediata a los trabajadores.
-----------------	--	--

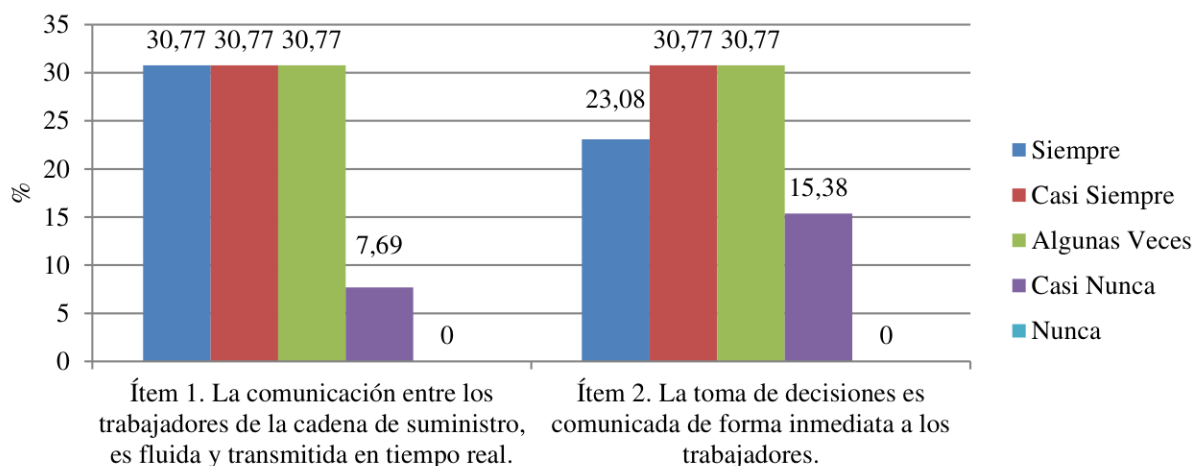
suministro, es fluida y transmitida en tiempo real.						
	fi	hi	hi (%)	fi	hi	hi (%)
Siempre	4	0,3077	30,77	3	0,2308	23,08
Casi Siempre	4	0,3077	30,77	4	0,3077	30,77
Algunas Veces	4	0,3077	30,77	4	0,3077	30,77
Casi Nunca	1	0,0769	7,69	2	0,1538	15,38
Nunca	0	0	0	0	0	0
Total	13	1	100	13	1	100

Nota. La tabla expresa las respuestas del indicador comunicación, en distintas frecuencias.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Figura 2

Indicador: Comunicación



Nota. La figura muestra las respuestas del indicador comunicación.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Se da inicio con la variable de capital social, el primer elemento a considerar es la comunicación, en la tabla 4 y figura 2, en los mismos, se observa en el ítem 1, los trabajadores consideraron la comunicación es fluida y transmitida en tiempo real en la cadena de suministros en igual porcentaje las alternativas de siempre, casi siempre y algunas veces, un 30,77 %, sobrando un 7,69 % para casi nunca. Con respecto, al ítem 2, sobre la inmediatez de comunicar la toma de decisiones, existe una paridad en las alternativas de casi siempre y algunas veces, un 30,77 %, mientras, con un 23,08 % y 15,38 % las opciones de siempre y casi nunca.

Este elemento es esencial, mientras mejor comunicación exista el logro de los objetivos se podrán alcanzar de forma más eficiente, además en la era actual, el manejo y transmisión de información te diferencia de tus competidores, por tal razón, la empresa Latitud, C.A., debe hacer énfasis en mejorar considerablemente este elemento en la percepción y realidad de los trabajadores.

Tabla 5.

Indicador: Valores Éticos

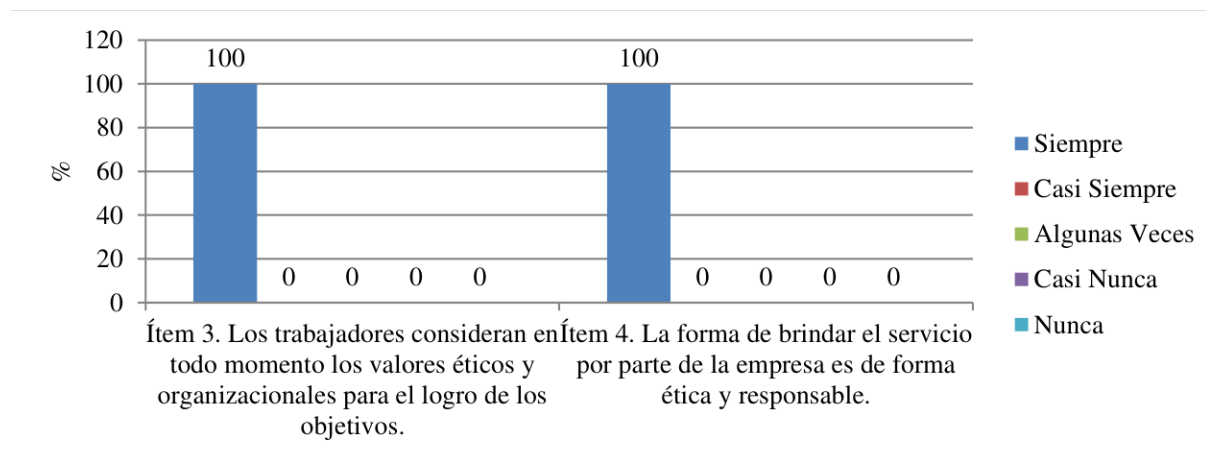
Opciones	Ítem 3. Los trabajadores consideran en todo momento los valores éticos y organizacionales para el logro de los objetivos.			Ítem 4. La forma de brindar el servicio por parte de la empresa es de forma ética y responsable.		
	fi	hi	hi (%)	fi	hi	hi (%)
Siempre	13	1	100	13	1	100
Casi Siempre	0	0	0	0	0	0
Algunas Veces	0	0	0	0	0	0
Casi Nunca	0	0	0	0	0	0
Nunca	0	0	0	0	0	0
Total	13	1	100	13	1	100

Nota. La tabla expresa las respuestas del indicador valores éticos, en distintas frecuencias.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Figura 3

Indicador: Valores Éticos



Nota. La figura muestra las respuestas del indicador valores éticos.

Fuente: Elaboración propia (2024).

El indicador valores éticos presenta sus resultados, en la tabla 5 y figura 3, tomar en consideración los valores tanto éticos como organizacionales, la opción en su totalidad escogida es la de siempre de 100 %. El otro ítem referente a la forma de brindar el servicio por parte de la empresa es de forma ética y responsable, nuevamente los trabajadores encuestados consideran en un 100 % la alternativa de siempre.

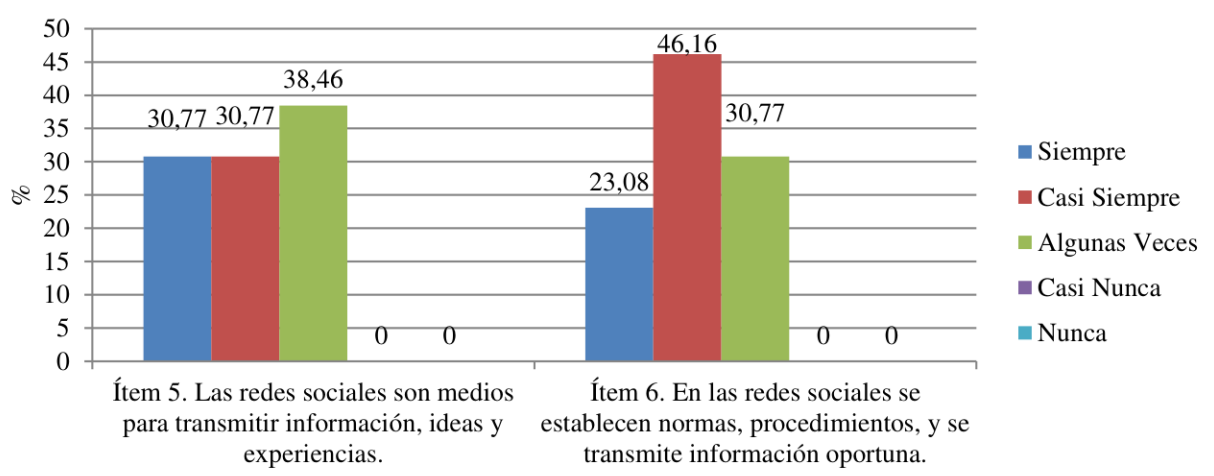
Los valores éticos son las guías de comportamiento de los individuos, al momento de manifestarlos, forman parte de los valores organizacionales, y es un deber del trabajador, mantenerlos siempre presente, además, los mismos, son catalizadores para actuar de forma ética y responsable, dando una impresión positiva hacia el cliente.

Tabla 6. Indicador: Redes Sociales

Opciones	Ítem 5. Las redes sociales son medios para transmitir información, ideas y experiencias.			Ítem 6. En las redes sociales se establecen normas, procedimientos, y se transmite información oportuna.		
	fi	hi	hi (%)	fi	hi	hi (%)
Siempre	4	0,3077	30,77	3	0,2308	23,08
Casi Siempre	4	0,3077	30,77	6	0,4616	46,16
Algunas Veces	5	0,3846	38,46	4	0,3077	30,77
Casi Nunca	0	0	0	0	0	0
Nunca	0	0	0	0	0	0
Total	13	1	100	13	1	100

Nota. La tabla expresa los resultados del indicador redes sociales, en distintas frecuencias.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Figura 4*Indicador: Redes Sociales*

Nota. La figura muestra las respuestas del indicador redes sociales.

Fuente: Elaboración propia (2024).

En la tabla 6 y figura 4, las redes sociales como medios para transmitir información, ideas y experiencias, los trabajadores seleccionaron la alternativa de algunas veces, con un 38,46 %, continuando con igual porcentaje de 30,77 %, las alternativas de siempre y casi siempre. Al establecimiento de normas, procedimiento y el oportunismo de transmitir la información, la alternativa predominante es de 46,16 % de casi siempre, con un 30,77 % la alternativa de algunas veces, y 23,08 % la alternativa de siempre.

En plena era tecnológica, las redes sociales se han convertido en una herramienta necesaria para las organizaciones, todo depende del buen uso, se deben convertir en un medio de información oportuna, aporte de ideas y conocimientos, así como de experiencias, Latitud, C.A., debe fomentar continuamente el uso con participación activa y al momento que suceden las situaciones.

Tabla 7.

Indicador: Cooperación

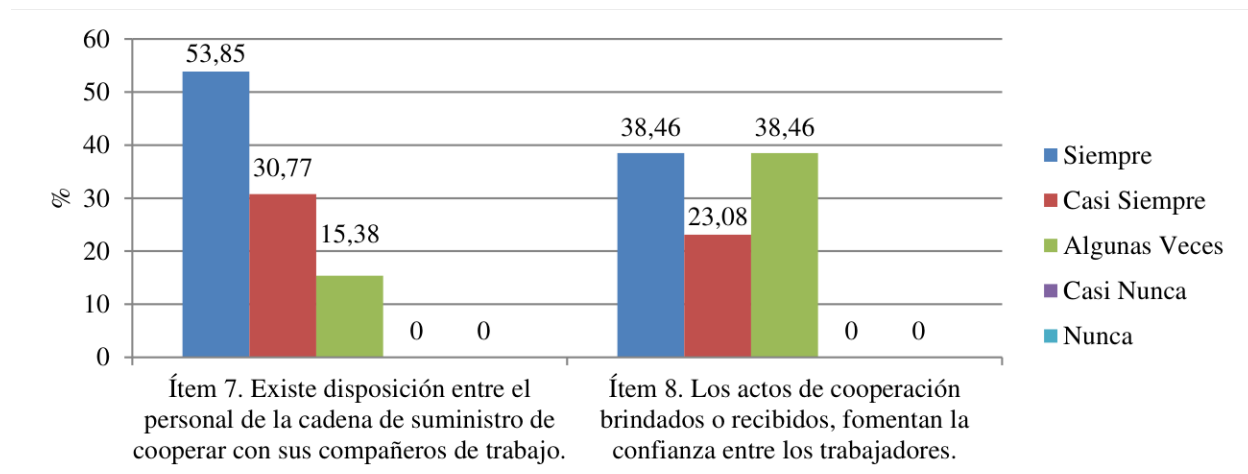
Opciones	Ítem 7. Existe disposición entre el personal de la cadena de suministro de cooperar con sus compañeros de trabajo.			Ítem 8. Los actos de cooperación brindados o recibidos, fomentan la confianza entre los trabajadores.		
	fi	hi	hi (%)	fi	hi	hi (%)
Siempre	7	0,5385	53,85	5	0,3846	38,46
Casi Siempre	4	0,3077	30,77	3	0,2308	23,08
Algunas Veces	2	0,3846	15,38	5	0,3846	38,46
Casi Nunca	0	0	0	0	0	0
Nunca	0	0	0	0	0	0
Total	13	1	100	13	1	100

Nota. La tabla expresa las respuestas del indicador cooperación, en distintas frecuencias.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Figura 5

Indicador: Cooperación



Nota. La figura muestra las respuestas del indicador cooperación.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Se ha llegado, al último elemento a estudiar del capital social, cooperación, sus resultados se presentan en la tabla 7 y figura 5, la disposición de los trabajadores a cooperar con sus

compañeros de trabajo, con un 53,85 % la alternativa de siempre fue la más seleccionada, seguido de un 30,77 % la alternativa de casi siempre y 15,38 % la alternativa de algunas veces. Si los actos cooperativos son fomentadores de confianza entre ellos, las alternativas de siempre y algunas veces, fueron la de mayor porcentaje con un 38,46 %, continuando con un 23,08 % de la alternativa casi siempre.

El cooperar, debe ser un acto innato, nunca está de más brindar o prestar una ayuda, esta disposición de realizar este acto, genera valor agregado, permitiendo una mayor cohesión para las actividades, permitiendo mejorar, permitir elevar la confianza, la empresa Latitud, C.A., debe constantemente promocionar la cooperación, las redes sociales una herramienta ideal para dicha promoción.

Objetivo Específico 2. Identificar los Indicadores de Medición de Mejora Continua en la Cadena de Suministro en la Empresa Latitud, C.A.

La cadena de suministro se presenta como una vasta red interconectada donde diversos actores deben colaborar de manera coordinada, cada eslabón de este proceso, desde el inicio hasta la finalización, debe operar con eficiencia para cumplir con los objetivos. La interacción es determinante, ya que cualquier fallo en un eslabón afecta directamente a los demás, lo que puede detener el avance del proceso, es fundamental establecer normas y procedimientos claros que se conozcan y respeten; la supervisión y control a lo largo de cada etapa aseguran la implementación, implica estar alerta a las actividades y buscar constantemente nuevas técnicas que optimicen.

Para medir esta mejora, se requieren indicadores específicos; se han identificado siete indicadores clave: tiempo de ciclo de pedidos (lead time), preparación de pedidos, tasa de devolución de productos, tiempos de carga y descarga, inventario en tránsito, innovación de procesos y cumplimiento normativo. Utilizar una lista de cotejo, la cual será completada en el área

de operaciones, este proceso se basará en la objetividad y el conocimiento teórico de los investigadores, además de su observación del cumplimiento de los indicadores.

Tabla 8.

Modelo de Lista de Cotejo Aplica a la Empresa Latitud, C.A.

Indicador	Criterio	Descripción	Alternativas	
			Sí	No
Tiempo de Ciclos de Pedidos o Lead Time	1	Se establecen los tiempos de ciclos de pedidos entre la empresa y los clientes.	✓	
	2	Los tiempos de ciclos de pedidos cuenta con una holgura apropiada.		✓
Preparación de Pedidos	3	Se toma en cuenta para la preparación de pedidos, la disciplina de las colas (FIFO: primero que entra, primero que sale).	✓	
	4	El personal de trabajo cuenta con todos los equipos necesarios para preparar los pedidos.	✓	
Tasa de Devolución de Productos	5	La tasa de devolución de productos está por encima del valor mínimo establecido por la empresa.	✓	
	6	Se cuenta con un sistema, para controlar las razones por la cual existen productos devueltos.		✓
Tiempos de Carga y Descarga	7	Los tiempos de carga y descarga tienen un control referenciado.	✓	
	8	Cuenta con la cantidad de trabajadores apropiados para agilizar los tiempos de carga y descarga.	✓	
Inventario en Tránsito	9	El cliente cuenta con un sistema para conocer el status de su producto.		✓
	10	Se lleva un control de los cuellos de botella que se pueden formar en el proceso de la cadena de suministro.		✓
Innovación de Procesos	11	En la cadena de suministros se emplean herramientas como: el internet de las cosas, blockchain, impresiones 3D e inteligencia artificial.		✓
	12	La empresa cuenta con digital twin en el área de logística para modelar la cadena de suministro.		✓
Cumplimiento Normativo	13	Se tienen las normas que rigen a las actividades realizadas por la empresa al alcance de todos los trabajadores.	✓	
	14	La empresa tiene plasmadas las normativas nacionales internacionales en el área de la cadena de suministro.	✓	

Nota. La tabla muestra el llenado de la lista de cotejo.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Tabla 9.

Resultados de la Lista de Cotejo Aplicada a la Empresa Latitud, C.A.

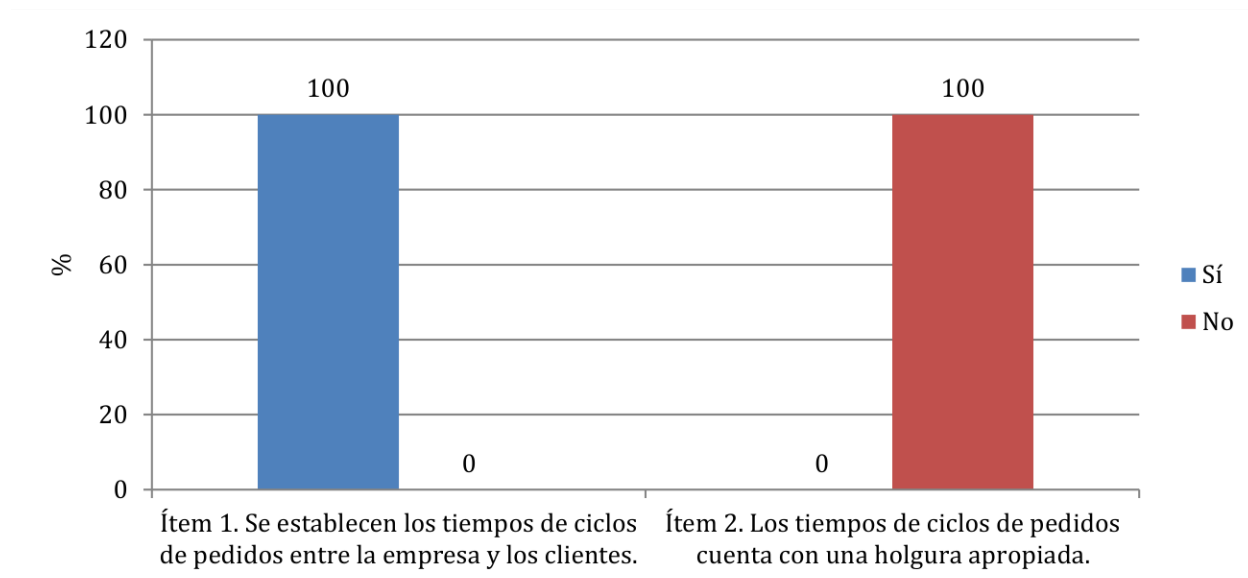
Ítem	Descripción del Ítem	Alternativas			
		Sí		No	
		fi	hi(%)	fi	hi(%)
Indicador: Tiempo de ciclo de pedidos o lead time					
1	Se establecen los tiempos de ciclos de pedidos entre la empresa y los clientes.	1	100	0	0
2	Los tiempos de ciclos de pedidos cuenta con una holgura apropiada.	0	0	1	100
Indicador: Preparación de pedidos					
3	Se toma en cuenta para la preparación de pedidos, la disciplina de las colas (FIFO: primero que entra, primero que sales).	1	100	0	0
4	El personal de trabajo cuenta con todos los equipos necesarios para preparar los pedidos.	1	100	0	0
Indicador: Tasa de devolución de productos					
5	La tasa de devolución de productos está por encima del valor mínimo establecido por la empresa.	1	100	0	0
6	Se cuenta con un sistema, para controlar las razones por la cual existen productos devueltos.	0	0	1	100
Indicador: Tiempos de carga y descarga					
7	Los tiempos de carga y descarga tienen un control referenciado.	1	100	0	0
8	Cuenta con la cantidad de trabajadores apropiados para agilizar los tiempos de carga y descarga.	1	100	0	0
Indicador: Inventario en tránsito					
9	El cliente cuenta con un sistema para conocer el status de su producto.	0	0	1	100
10	Se lleva un control de los cuellos de botella que se pueden formar en el proceso de la cadena de suministro.	0	0	1	100
Indicador: Innovación de procesos					
11	En la cadena de suministros se emplean herramientas como: el internet de las cosas, blockchain, impresiones 3D e inteligencia artificial.	0	0	1	100
12	La empresa cuenta con digital twin en el área de logística para modelar la cadena de suministro.	0	0	1	100
Indicador: Cumplimiento normativo					
13	Se tienen las normas que rigen a las actividades realizadas por la empresa al alcance de todos los trabajadores.	1	100	0	0
14	La empresa tiene plasmadas las normativas nacionales internacionales en el área de la cadena de suministro.	1	100	0	0

Nota. La tabla presenta las respuestas de la lista de cotejo expresadas en frecuencias.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Figura 6

Indicador: *Tiempo de Ciclos de Pedidos o Lead Time*



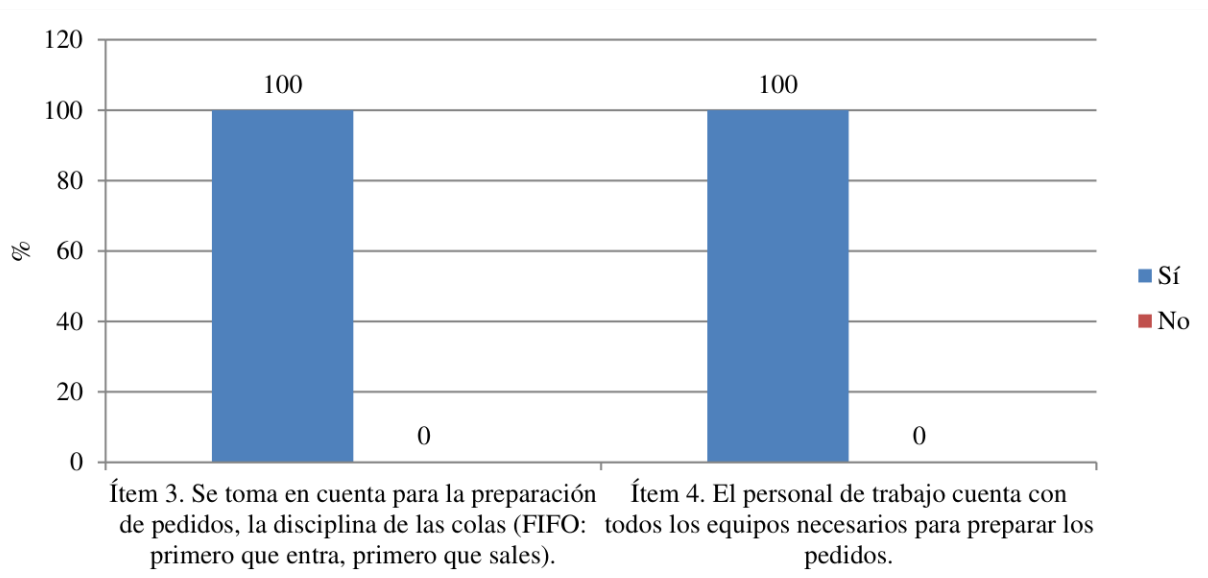
Nota. La figura expone las respuestas del ítem 1 y 2.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Una empresa dedicada a la gestión y movilización de carga debe establecer tiempos de ciclo de pedidos claros, asegurando que estos se cumplan de manera consistente, generando confianza, también refuerza la fiabilidad del servicio. Además, considerar holguras adecuadas que respondan a las necesidades de cada cliente, para lograr esto, se pueden aplicar estudios de tiempos probabilísticos basados en la teoría de colas, permitiendo calcular con precisión los tiempos, dicho enfoque logra la satisfacción del cliente, quien es el eje central del negocio y el verdadero juez del servicio proporcionado.

Figura 7

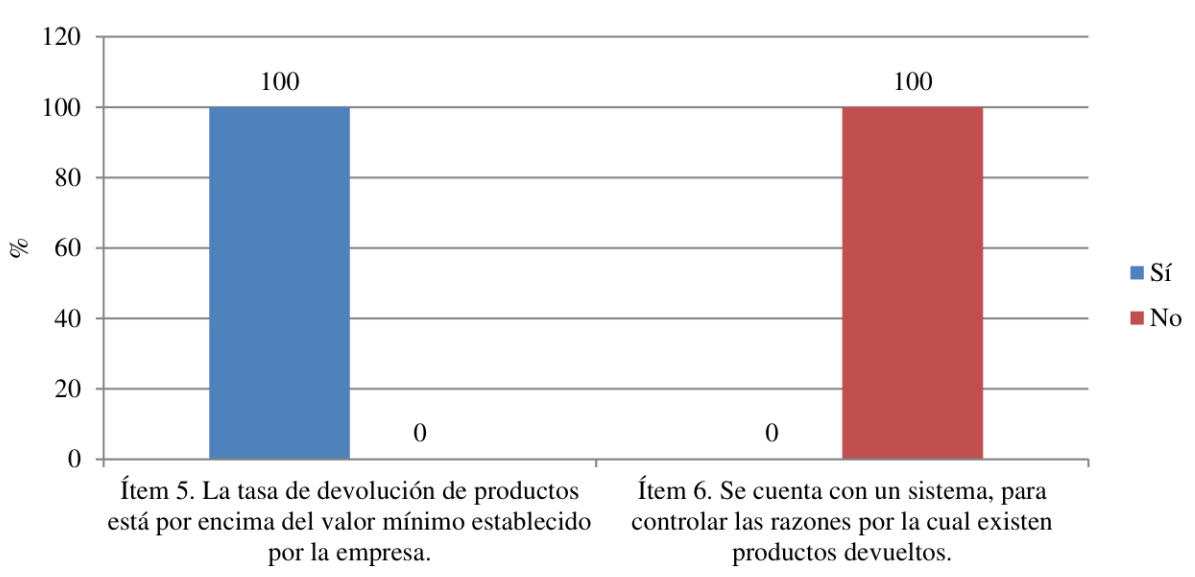
Indicador: *Preparación de Pedidos*



Nota. La figura expone las respuestas del ítem 3 y 4

Fuente: Elaboración propia (2024).

La empresa demuestra un fuerte compromiso con la ética de servicio al respetar el orden de atención, garantizando que el primer cliente en llegar sea el primero en ser atendido, además, la compañía proporciona a sus empleados las herramientas necesarias para la preparación de pedidos, lo que evita cuellos de botella y retrasos en el proceso. En un entorno empresarial tan competitivo, ofrecer un servicio ético se convierte en un valor añadido fundamental, a destacarse y a generar una percepción positiva que satisfaga a los clientes.

Figura 8.*Indicador: Tasa de Devolución de Productos*

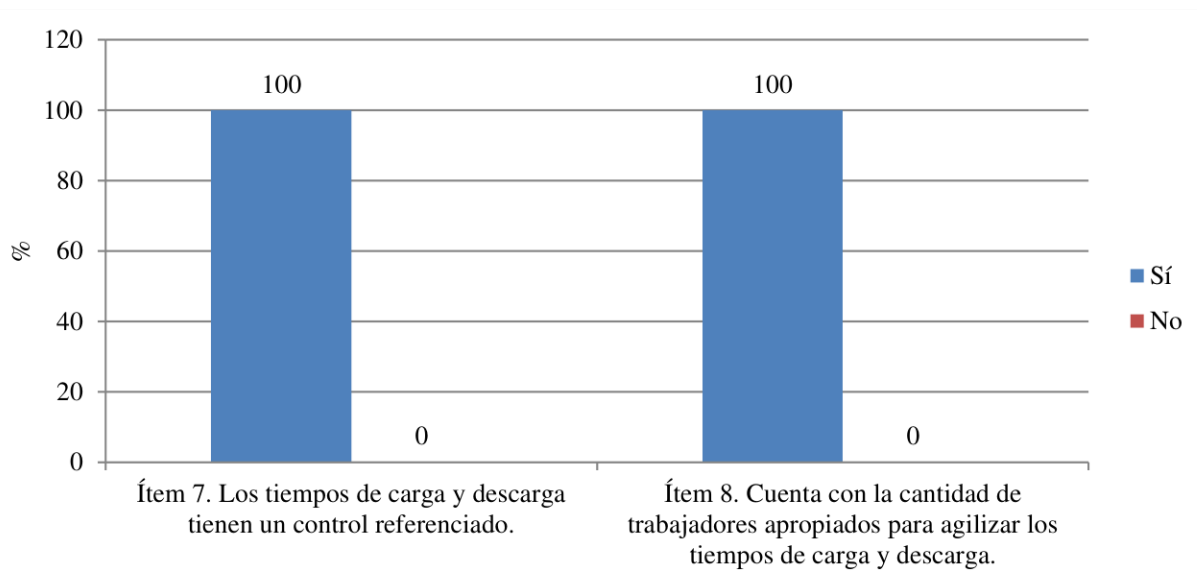
Nota. La figura expone las respuestas del ítem 5 y 6.

Fuente: Elaboración propia (2024).

La tasa de devoluciones de productos es un indicador fundamental para cualquier empresa de servicios, el minimizar estas devoluciones es fundamental, ya que generan costos adicionales, por ello, es esencial establecer un sistema, aprender de las devoluciones pasadas y evitar que se repitan. Implementar un enfoque como Six Sigma puede ser beneficioso, ya que busca mantener el desperdicio, las devoluciones, por debajo del 3%, dicha metodología exige una disciplina rigurosa y un control constante, involucrando a los miembros del equipo en el camino hacia el objetivo.

Figura 9

Indicador: *Tiempos de Carga y Descarga*



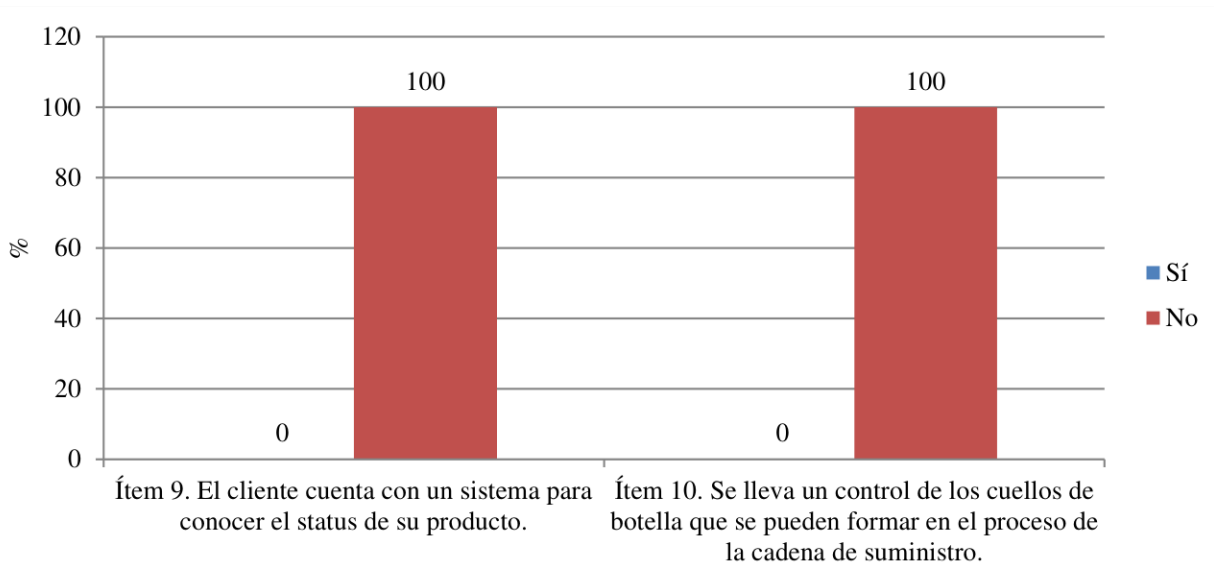
Nota. La figura expone las respuestas del ítem 7 y 8.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Contar con trabajadores apropiados, dependiendo de la demanda existente, el mismo debe ser un trabajo preciso, con orden y disciplina, que permita que el producto sea descargado tanto en la ida como en la llegada, cumpliendo con todas las normativas legales existentes tanto para el país origen y destino, por esa razón, siempre es importante contar con control específico de esta parte del proceso, midiendo continuamente el indicador. En la salida del producto en los contenedores, este proceso debe ser totalmente eficiente, la máquina de los contenedores, resulta alquilada por tiempo, lo cual resulta una debilidad, se utiliza cuando se cumpla una cierta cantidad de contenedores.

Figura 10

Indicador: *Inventario en Tránsito*



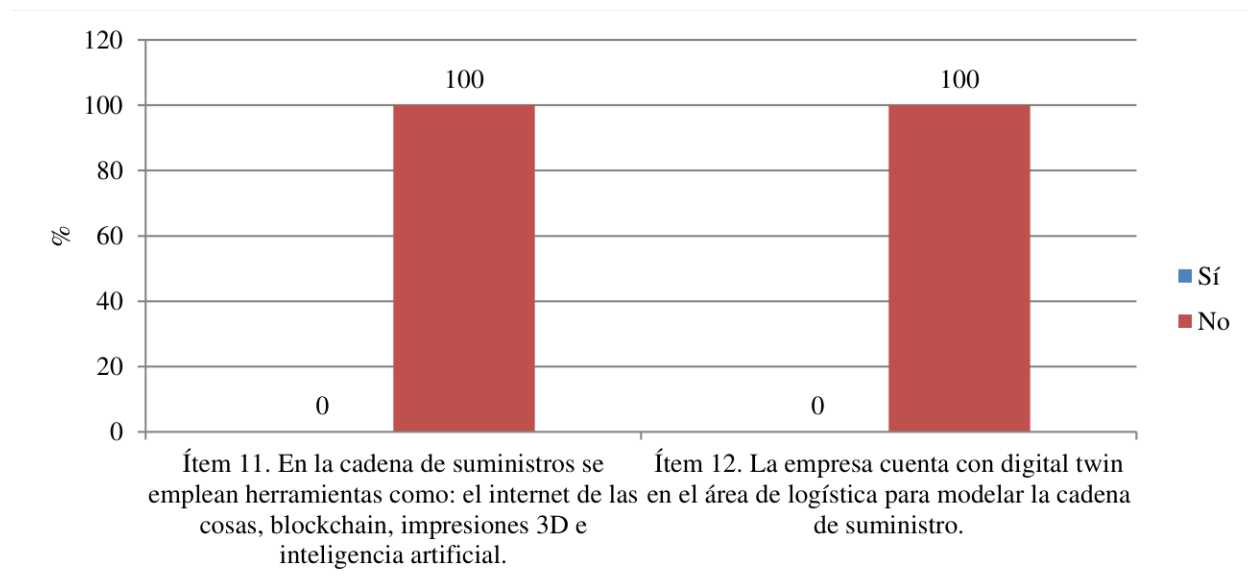
Nota. La figura expone las respuestas del ítem 9 y 10.

Fuente: Elaboración propia (2024).

En un contexto tecnológico en pleno auge, es fundamental que Latitud, C.A., implemente herramientas digitales que permitan a los clientes rastrear el estado de sus productos o servicios en tiempo real, desarrollar un sistema de navegación fácil de usar, además, es esencial identificar y gestionar los cuellos de botella de manera rápida para prevenir su repetición, manteniendo así un control efectivo; el proporcionar a los clientes seguir el trayecto de su producto desde el despacho hasta la entrega genera confianza y seguridad. La misión de cualquier empresa debe ser minimizar estos cuellos de botella, ya que afectan negativamente la eficiencia operativa.

Figura 11

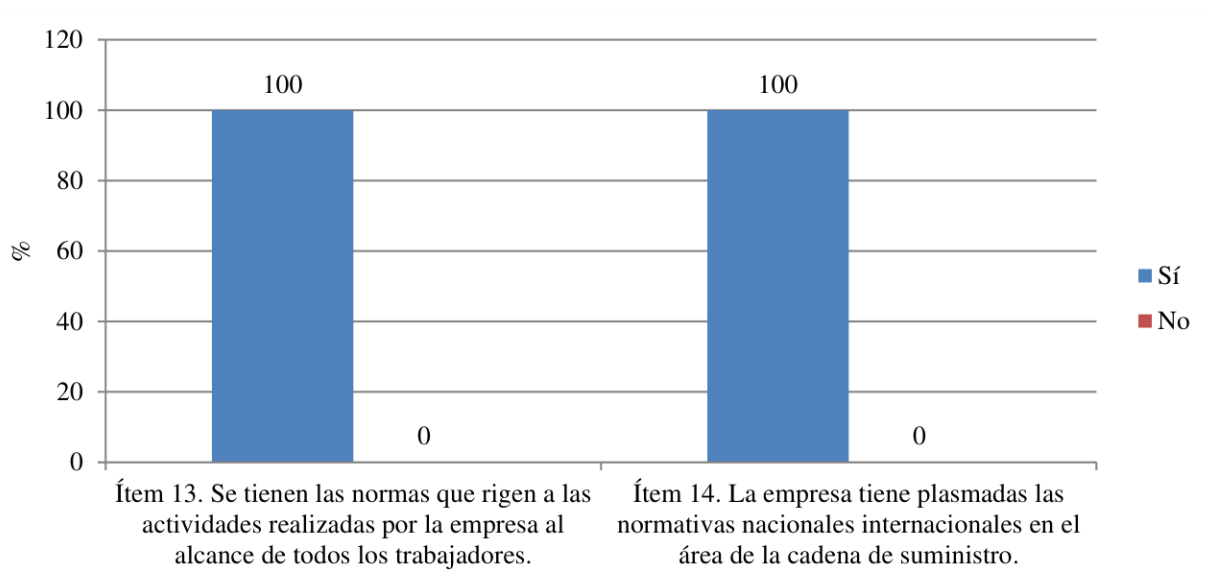
Indicador: *Innovación en Procesos*



Nota. La figura exponelas respuestas del ítem 11 y 12.

Fuente: Elaboración propia (2024).

La cadena de suministro de Latitud, C.A. sigue un enfoque tradicional, careciendo de innovación en sus procesos sin herramientas tecnológicas disponibles, es fundamental la empresa implemente un modelado, permitiendo mejorar la eficiencia general y simular diferentes escenarios para detectar cuellos de botella. En un entorno globalizado y competitivo, Latitud, C.A. debe reconocer que invertir en la innovación de procesos es fundamental para agilizar su funcionamiento y ofrecer servicios que satisfagan a sus clientes.

Figura 12.*Indicador: Cumplimiento Normativo*

Nota. La figura expone las respuestas del ítem 13 y 14

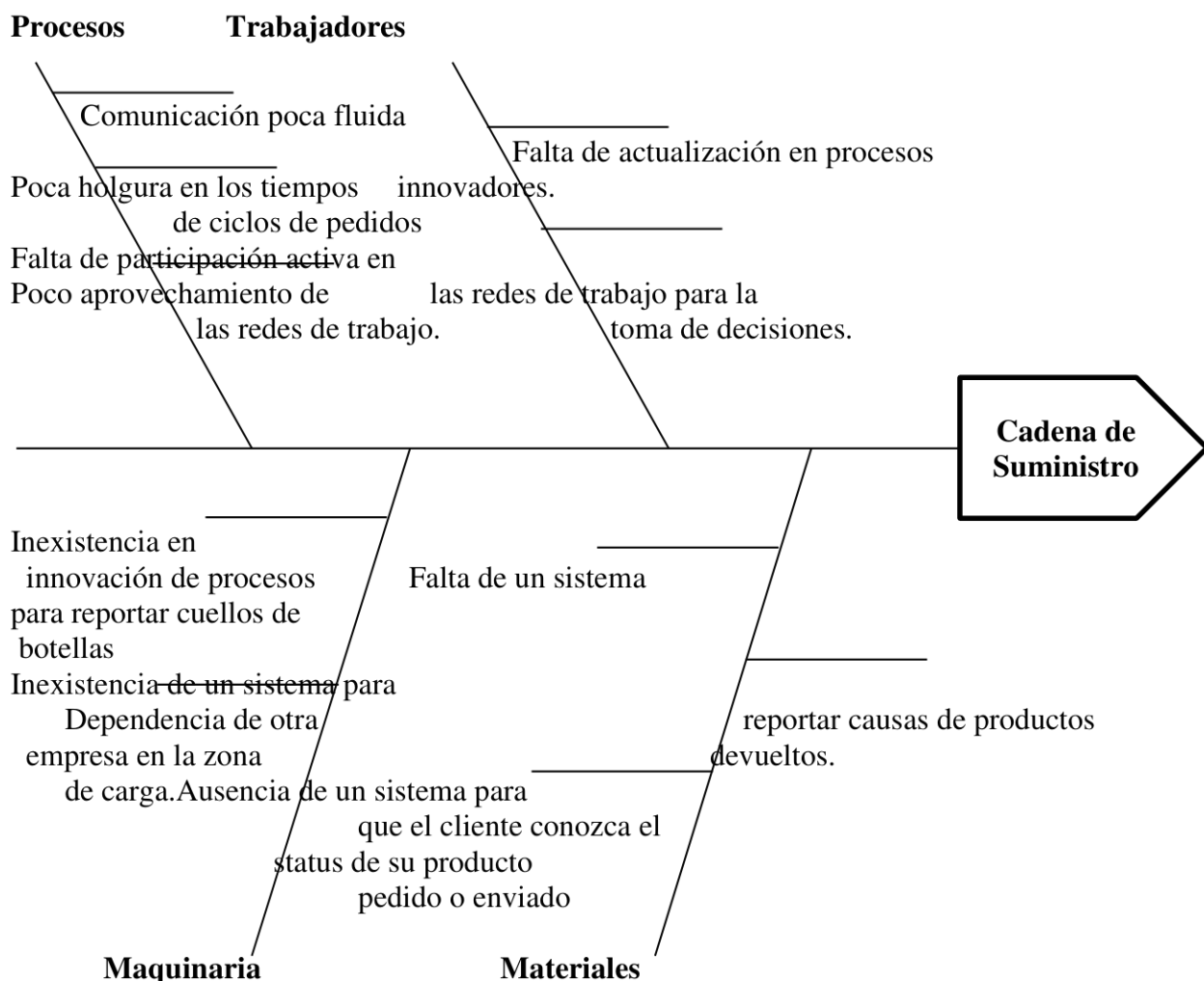
Fuente: Elaboración propia (2024).

El cumplimiento normativo es un aspecto determinante para la mejora continua, Latitud, C.A., que debe adherirse a las leyes locales y a las de los países donde opera, resulta fundamental tener claras las normativas y promover su cumplimiento, evitando así gastos innecesarios por infracciones. Como parte de su cultura organizacional, Latitud, C.A. debe asegurarse de seguir rigurosamente las regulaciones que rigen sus servicios.

El desarrollo de un diagrama de causa y efecto, conocido como diagrama de Ishikawa, ayudando a identificar las causas de un problema central, facilitando la mejora de procesos. Se ha optado por el enfoque tradicional, analizando variables como procesos, personal, maquinaria y materiales.

Figura 13

Diagrama de Causa Efecto en la Empresa Latitud, C.A., Referente al Estudio de la Variable de Mejora Continua



Nota. La figura muestra el diseño del diagrama causa efecto.

Fuente: Elaboración propia (2024).

En la figura 13 se identifican diversas causas que podrían comprometer la cadena de suministro, que, a su vez, podrían obstaculizar el cumplimiento de sus objetivos, por ello, es fundamental que implemente acciones preventivas y correctivas, buscando una mejora continua en sus procesos. La empresa Latitud, C.A. debe aprovechar las redes sociales como medio de comunicación efectiva, fomentando su uso entre los empleados para compartir información y experiencias.

Establecer adecuadamente los tiempos de ciclos de pedidos, basándose en la experiencia y las mejores prácticas, dicho proceso debe ser llevado a cabo con responsabilidad y sin apresuramientos que puedan resultar en errores significativos que afecten el cumplimiento de los lineamientos. La capacitación continua es esencial, ya que representa un valor agregado que permite competir y diferenciarse en el mercado, dicha formación debe ir acompañada de inversiones en innovación que optimicen.

La innovación se ha convertido en un requisito indispensable para competir en un entorno cambiante y exigente. Latitud, C.A. presenta debilidades en este aspecto y necesita planificar inversiones en procesos que fortalezcan; herramientas tecnológicas como el modelado digital, blockchain, impresoras 3D e inteligencia artificial son clave para optimizar procesos e identificar áreas de mejora, permitiendo actuar rápidamente ante cuellos de botella y otras interrupciones. Además, es esencial que Latitud, C.A. invierta en sistemas que permitan reportar fallas y sus causas, otro aspecto relevante es la implementación de un sistema que ofrezca información actualizada sobre el estado de sus pedidos, esta iniciativa genera valor agregado, mejorando significativamente la imagen corporativa contribuyendo a la mejora continua de su cadena de suministro.

Integración de Resultados

Con respecto al primer objetivo específico, diagnosticar la situación actual de los elementos del capital social en la empresa Latitud, C.A., el concepto de capital social ha ido ganando relevancia, inicialmente surgido en el contexto de las comunidades, ahora se ha convertido en un pilar buscandola optimización de procesos y mejorar su rendimiento. La empresa Latitud, C.A. debería enfocarse en comprender y aplicar este concepto para aprovechar sus beneficios, los

resultados sobre el capital social en Latitud, C.A., muestran que, mientras que los valores éticos son una fortaleza, los aspectos de comunicación, redes sociales y cooperación requieren mejoras significativas. La presencia de valores éticos sólidos indica un marco normativo claro que guía el comportamiento de los empleados, fomentar una mejor comunicación y cooperación entre los trabajadores para fortalecer la cohesión social y el sentido de pertenencia. La utilización de las redes sociales no solo puede mejorar las relaciones internas, sino también atraer nuevos clientes y mantener la lealtad de los existentes.

Con respecto al segundo objetivo específico, identificar los indicadores de medición de mejora continua en la cadena de suministro en la empresa Latitud, C.A., muestra fortalezas en la preparación de pedidos, el cumplimiento normativo y los tiempos de carga y descarga, el cumplimiento normativo es relevante, ya que implica el respeto tanto a las leyes locales como a las de los países de destino de sus productos. No obstante, existen debilidades en áreas críticas como la innovación de procesos, el control del inventario en tránsito y la tasa de devolución de productos, la falta de innovación puede limitar la eficiencia y competitividad, es vital que Latitud, C.A., destine recursos para implementar tecnologías que optimicen sus operaciones. Como empresa con fines de lucro, debe ofrecer un servicio de calidad que se traduzca en mayores ingresos, para abordar sus debilidades en la mejora continua, la implementación de un plan estratégico se presenta como una herramienta, dicho plan deberá enfocarse en incrementar el valor y la calidad.

Validación de Resultados

Con respecto al primer objetivo específico, diagnosticar la situación actual de los elementos del capital social en la empresa Latitud, C.A., el primer elemento resulta la comunicación, el elemento más importante a valorar, es decir, por medio de una comunicación fluida y concreta, se

puede conocer información necesaria en tiempo real, expresar ideas, y aportar conocimientos que pueden beneficiar a todos de manera interna y externa. Por tal razón, fomentar la comunicación de manera continua en la empresa tanto de manera interna entre trabajadores, como de forma externa con el cliente, este análisis corresponde con la comunicación es posible si y solamente si los agentes están objetivamente afinados de modo a asociar el mismo sentido al mismo signo y viceversa, en sus operaciones de cifrar y descifrar (Bourdieu, 1983).

En referencia a los valores éticos, mantener esta fortaleza de la forma debida, debe seguir fomentándose, con la intención de que no se pierda el rumbo, por ningún involucrado, debido a que los valores son las guías del comportamiento, y esa actitud expresada, es un factor visible que genera un aporte positivo en la percepción del cliente, lo cual corresponde, con los valores éticos actúan como un hilo conductor que une a las personas y fomenta interacciones constructivas (Bourdieu, 1983).

En cuanto a las redes sociales, es deber de los líderes o gerentes de los departamentos, promover el buen uso de las redes sociales, como aporte significativo, lo cual corresponde con estas plataformas digitales han transformado la interacción humana y fomentado la cohesión organizacionales (Kliksberg y Rivera, 2007).El último indicador del del capital social, resulta la cooperación, es un hecho, donde el trabajo en equipo prevalece los resultados son más eficientes, por tal razón, el individualismo debe apartarse, y la empresa Latitud, C.A., lo anterior concuerda con la creación de la confianza mutua permitida por dos o más personas, organizaciones logrando acuerdos (Putnam 1994).

Con respecto al segundo objetivo específico, identificar los indicadores de medición de mejora continua en la cadena de suministro en la empresa Latitud, C.A., el de tiempo de ciclos de pedidos o lead time, es un indicador que no es una fortaleza total, ni como una debilidad absoluta,

es decir, requiere de algún tipo de acciones para controlar ese tiempo, concuerda con lo expresado con ese periodo de tiempo entre la oportunidad en que el cliente coloca el pedido y el momento en el que lo recibe (Antún, 2013). La preparación de pedidos, es una fortaleza, se cuenta con los recursos necesarios, para que esta fase cumpla de manera debida, así, como el proceso de embalaje, se cuenta con normativas de calidad que deben ser respetadas. Lo cual, concuerda, en las empresas de distribución se inicia la preparación de los pedidos desde una orden de compra siendo los operadores quienes recorren las estanterías seleccionando los productos para proceder a ser embalados (León y Martínez, 2019).

La tasa de devolución de productos, es la primera debilidad presentada, se tiene como meta que no hay devoluciones, debido a que los procesos están claramente definidos, se deben hacer con responsabilidad y orden, entendiendo que la devolución de productos, muchas veces incurre en gastos, y pérdida de confianza por parte de los clientes. Generar una herramienta gerencial y de calidad como Seis Sigma para mejorar en este aspecto, lo anterior, concuerda con es el porcentaje de productos que los clientes devuelven tras haber realizado una compra, y se utiliza como una medida de la calidad del producto y la satisfacción del consumidor (Ishikawa, 2007).

Los tiempos de carga y descarga, se consideran una fortaleza, se cuenta con la cantidad de trabajadores adecuados, además se tiene un control establecido. Este indicador, debe ser referente, lo cual, concuerda con el tiempo dedicado a la carga y descarga es un factor fundamental que afecta los plazos de entrega y, por ende, la satisfacción del cliente. Optimizar estos procesos puede resultar en un mejor rendimiento global de la cadena de suministro (Martin, 2011). El inventario en tránsito es otra debilidad, no existe un sistema que permita guardar la información necesaria para ir llenando cada vez que se presenta un cuello de botella, así como, tampoco se cuenta con un sistema, que permita al cliente, un beneficio considerable, en conocer el status real de su producto.

El análisis anterior concuerda con son los productos que se encuentran en movimiento entre distintos puntos de la cadena de suministro, desde el proveedor hasta el cliente final (Gattorna y Ellis, 2019).

La innovación en procesos se presenta como una debilidad, es muy poca la innovación en las distintas fases, la inversión en innovación se hace necesaria a la brevedad posible, lo cual coincide con este enfoque destaca la importancia de transformar y optimizar las metodologías operativas que las organizaciones emplean en sus actividades (Gattorna y Ellis, 2019). Para cerrar la presente fase, se tiene el indicador de cumplimiento normativo, la cual es una fortaleza. lo cual va enmarcado con los valores éticos, dando un plus, de cumplimiento en todo momento, y el respeto por las leyes tanto venezolanas, como internacionales. Este análisis concuerda con es el respeto a las regulaciones y normativas no solo asegura la legalidad de las operaciones, sino que también fortalece la reputación (Gattorna y Ellis, 2019).

III. FASE DE PRESENTACIÓN

Se han completado las dos fases iniciales, que respaldan el diagnóstico actual, los fundamentos teóricos y los métodos, permitiendo un análisis exhaustivo de los datos, integrando y validando los resultados con diversos autores sobre los indicadores estudiados. Ahora presentar las conclusiones y recomendaciones finales, así como un plan estratégico como herramienta esencial para la empresa.

Conclusiones

En relación con el primer objetivo específico, que consiste en diagnosticar la situación actual del capital social en Latitud, C.A., se destacan dos aspectos clave como fortalezas, el primero es la integración y aplicación de valores éticos durante la prestación de servicios, lo cual resulta esencial para forjar una imagen positiva ante los clientes, quienes son, indudablemente, el motor de cualquier empresa con fines de lucro. El segundo aspecto relevante es la cooperación entre los empleados, lo que refleja un notable sentido de humanidad, dicho elemento debe ser nutrido y consolidado, ya que una mayor cohesión en los procesos contribuye a lograr resultados significativos. Por otro lado, dentro del ámbito del capital social, se identifican como áreas de mejora la comunicación y el uso de redes sociales, actualmente, no se está aprovechando adecuadamente los canales electrónicos, lo que repercute negativamente en la comunicación interna, es esencial fomentar la participación activa de los empleados, en generadores de ideas y retroalimentación efectiva, lo cual fortalecería la confianza y la integración.

En cuanto al segundo objetivo específico, que busca identificar indicadores para la mejora continua en la cadena de suministro de Latitud, C.A., se observa una debilidad en la gestión del

inventario en tránsito, carece de un sistema que permita a los clientes realizar un seguimiento en tiempo real de sus envíos, además, la falta de innovación en los procesos es notable, no se dispone de un sistema de modelado que identifique las debilidades. La tasa de devoluciones de productos también supera lo estipulado, lo que hace necesario considerar herramientas como Six Sigma para abordar estas cuestiones.

Se identifican fortalezas en el tiempo de carga y descarga, dada la suficiente capacidad del personal y su conocimiento sobre las normativas nacionales e internacionales, asimismo, el servicio se lleva a cabo con ética y responsabilidad, priorizando el orden de llegada de los clientes y garantizando los recursos necesarios para la preparación de pedidos, lo que mejora la percepción de la imagen corporativa. Por último, el tercer objetivo específico se basa en desarrollar un plan estratégico que integre el capital social y la mejora continua en la cadena de suministro, orientado a satisfacer las necesidades detectadas.

Recomendaciones

Capacitar al personal con el fin de brindar las herramientas necesarias para comprender el concepto de capital social e identificar los elementos en el entorno laboral, así mismo su importancia y beneficios.

Invertir en maquinaria, tratando de dejar la dependencia con otras empresas, que implica realizar el trabajo apresurado, pudiendo generar perturbaciones.

Diseñar un sistema, como una especie de aplicación, que sea de fácil uso para el usuario, que permita al cliente conocer el status actual de su envío o de su producto a recibir.

Aplicar una herramienta gerencial para reducir la cantidad de pedidos devueltos, como Lean Six Sigma, complementada con Kanban y Kaizen.

Plan Estratégico Basado en el Capital Social y Mejora Continua en la Cadena de Suministro en la Empresa Latitud, C.A.

Un plan estratégico representa una herramienta fundamental para las empresas al enfrentar problemas identificados y sus causas. Para Latitud, C.A., se diseñó un diagrama causa-efecto basado en datos recopilados, conociendo tanto la causa como las posibles soluciones, es esencial desarrollar un plan que potencie el capital social y la mejora continua en su cadena de suministro. Este plan incluirá una visión, misión, objetivos, acciones, enfoques y tácticas que optimizarán los aspectos relacionados con estas áreas críticas.

Introducción

En un mundo donde la interconexión y la colaboración son esenciales, el desarrollo de un plan estratégico que priorice el capital social y la mejora continua en la cadena de suministro se convierte en una necesidad imperante, al integrar principios de confianza, comunicación efectiva y cooperación, se busca optimizar cada eslabón del proceso logístico, garantizando una respuesta ágil ante los desafíos del mercado, dicho plan no solo es una hoja de ruta, sino un compromiso hacia la excelencia operativa y la sostenibilidad, donde cada interacción y cada mejora se traducen en un valor agregado significativo para todos los participantes.

Visión

Ser la empresa líder en operaciones logísticas portuarias, reconocida por su eficiencia, innovación y capacidad de adaptación en la cadena de suministro, través de la mejora continua y el uso efectivo de la comunicación digital.

Declaración de Misión

Nuestra misión es ser líderes en la operación logística portuaria, proporcionando soluciones integrales que optimicen la cadena de suministro mediante la mejora continua y la innovación de procesos. Nos comprometemos a reducir la debilidad del inventario en tránsito, implementar estrategias efectivas para disminuir la tasa de devolución de productos. Se considera que una comunicación efectiva y la utilización de redes sociales son esenciales para construir relaciones sólidas con nuestros clientes y socios, fortaleciendo así nuestro capital social. Dedicación a integrar tecnología de vanguardia y prácticas ágiles en nuestras operaciones, permitiéndonos adaptarnos rápidamente a los cambios del mercado y optimizar nuestros recursos. Nuestro enfoque en la mejora continua nos impulsa a evaluar y redefinir constantemente nuestros procesos, garantizando un servicio de excelencia que potencie la competitividad de nuestros clientes en un entorno global.

Objetivo

Desarrollar un plan estratégico basado en el capital social y mejora continua en la cadena de suministro en la empresa Latitud, C.A.

Plan de Acción

1. Diagnóstico inicial

Análisis de debilidades: el mismo ya ha sido realizado, en el proceso de investigación obteniéndose los siguientes indicadores como debilidades:

Inventario en tránsito: evaluar los tiempos de tránsito y las causas de retrasos en la entrega.

Innovación de procesos: identificar áreas con procesos obsoletos o ineficientes que necesiten modernización.

Tasa de devolución de productos: analizar las causas de las devoluciones y los productos más problemáticos.

Análisis de oportunidades:

Implementar tecnologías emergentes (IoT, Big Data, AI).

Fortalecer la comunicación con los clientes a través de redes sociales.

2. Estrategias de mejora continua

A. Reducción del inventario en tránsito

Optimización de rutas:

Implementar sistemas de gestión de transporte (TMS) para planificar rutas más eficientes.

Realizar un análisis de datos históricos para predecir patrones de demanda.

Colaboración con proveedores:

Fomentar la integración con proveedores para mejorar la visibilidad del inventario y coordinar mejor los tiempos de entrega.

B. Innovación de procesos

Implementación de tecnología:

Adoptar tecnologías de automatización en los procesos de carga y descarga.

Utilizar sistemas de seguimiento en tiempo real para monitorear el estado de los envíos.

Formación continua:

Capacitar al personal en nuevas tecnologías y mejores prácticas logísticas.

Fomentar una cultura de innovación dentro de la empresa.

C. Disminución de la tasa de devolución de productos

Análisis de causas:

Realizar encuestas y análisis de datos para identificar las razones de las devoluciones.

Implementar mejoras en la calidad de los productos y en la precisión de los pedidos.

Mejora del servicio al cliente:

Establecer un canal de comunicación efectivo para resolver problemas de forma rápida y directa.

Ofrecer garantías y políticas de devolución más claras.

D. Optimización de la comunicación y redes sociales

Estrategia de redes sociales:

Crear contenido relevante y atractivo que informe sobre los servicios logísticos y las innovaciones implementadas.

Fomentar la interacción con los clientes para construir una comunidad activa.

Monitoreo de reputación:

Utilizar herramientas de monitoreo de redes sociales para entender la percepción de la marca y responder a críticas o sugerencias.

3. Implementación

Cronograma de acciones:

Análisis de datos históricos. Tiempo: 2 meses. Responsable: Jefe de Operaciones.

Implementación de TMS. Tiempo: 3 meses. Responsable: Jefe de Operaciones

Capacitación del Personal. Tiempo: 2 meses. Responsable Recursos Humanos

Monitoreo y Ajustes de Estrategia. Tiempo: continuo. Responsable: Jefe de Operaciones.

4. Evaluación y control

Indicadores de desempeño:

Reducción del inventario en tránsito (medir porcentajes mensuales).

Tasa de devoluciones (monitorizar mensualmente).

Feedback de clientes sobre el servicio a través de encuestas.

Revisiones periódicas:

Establecer reuniones trimestrales para evaluar el progreso de las estrategias implementadas.

Ajustar las acciones según los resultados obtenidos y el feedback de los clientes.

5. Cierre

El éxito del plan de acción dependerá de la colaboración entre todos los departamentos y de un compromiso sólido con la mejora continua. Es crucial que cada área participe activamente, fomentando la innovación y la adaptabilidad para fortalecer la competitividad de Latitud, C.A., anticipándose a los cambios del mercado y aprovechando nuevas oportunidades.

Enfoque

Desarrollar un plan estratégico para la empresa Latitud, C.A., que aborde la mejora continua en la cadena de suministro implica considerar varios elementos clave. A continuación, se presenta un enfoque que integra las debilidades presentes en la empresa en cuestión:

1. Análisis situacional

Evaluación de la situación actual: Utilizar herramientas como el análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas) para tener una visión clara.

Identificación de indicadores clave de rendimiento (KPIs): definir KPIs que permitan medir la efectividad de la estrategia, como la rotación de inventario, el tiempo promedio en tránsito, el porcentaje de devoluciones y la satisfacción del cliente.

2. Definición de objetivos estratégicos

Mejora del inventario en tránsito: reducir el tiempo de tránsito en un X% en un plazo de Y meses. Implementar tecnologías como RFID para el seguimiento en tiempo real.

Innovación de procesos: implementar un programa de mejora continua (Kaizen) que permita la revisión periódica de procesos.

Reducción de la tasa de devolución: establecer un objetivo para disminuir la tasa de devoluciones en un X% a través de una mejor gestión de inventarios y control de calidad.

3. Estrategias de mejora continua

Optimización de la cadena de suministro: implementar un sistema de gestión de la cadena de suministro (SCM) que permita una mejor visibilidad y control de los inventarios, minimizando el inventario en tránsito.

Capacitación y desarrollo del personal: invertir en la formación continua del personal en técnicas de gestión de inventarios y atención al cliente para reducir errores y mejorar la calidad del servicio.

Automatización de procesos: adoptar soluciones tecnológicas como software de gestión de inventarios y sistemas de gestión de transporte (TMS) para agilizar los procesos logísticos.

4. Fortalecimiento de la comunicación y redes sociales

Estrategia de comunicación interna: fomentar una cultura de comunicación abierta dentro de la empresa para que los empleados se sientan cómodos compartiendo ideas para la mejora continua.

Uso de redes sociales: implementar una estrategia en redes sociales que permita a la empresa interactuar con los clientes, recibir retroalimentación y promover sus servicios logísticos, destacando innovaciones y mejoras en los procesos.

Generación de contenido: crear contenido relevante sobre la cadena de suministro y logística que posicione a la empresa como líder en el sector y genere confianza en los clientes potenciales.

5. Monitoreo y evaluación

Revisión periódica de KPIs: establecer un calendario de revisión de KPIs que permita evaluar el progreso hacia los objetivos establecidos.

Retroalimentación continua: implementar mecanismos de retroalimentación que permitan a los clientes y empleados expresar sus opiniones sobre los procesos y servicios, utilizando esta información para realizar ajustes necesarios.

6. Innovación y adaptación

Investigación y desarrollo: establecer un área dedicada a la investigación de nuevas tecnologías y metodologías que puedan ser aplicadas en la logística portuaria.

Colaboraciones y alianzas: buscar alianzas estratégicas con otras empresas y proveedores de tecnología para fomentar la innovación y compartir mejores prácticas en la industria.

Tácticas

1. Optimización del inventario en tránsito

Implementación de tecnología de seguimiento: utilizar sistemas de gestión de inventarios en tiempo real que incluyan RFID y GPS para rastrear el estado y la ubicación de los productos en tránsito, permitiendo una mejor visibilidad y control sobre el inventario.

Análisis predictivo: desarrollar modelos de análisis predictivo para anticipar la demanda y ajustar los niveles de inventario en tránsito, ayudando a evitar sobrecargas y minimizar los costos asociados.

Coordinación con proveedores: establecer acuerdos de colaboración con proveedores para mejorar la sincronización de las entregas y reducir el tiempo de tránsito.

2. Innovación de Procesos

Automatización de operaciones: invertir en tecnologías de automatización, como robots para la manipulación de carga y sistemas automatizados de gestión de almacenes, para aumentar la eficiencia operativa.

Lean management: adoptar metodologías Lean para identificar y eliminar desperdicios en los procesos logísticos, incluye la revisión periódica de los procesos para asegurarse de que estén alineados con las mejores prácticas.

Capacitación continua: fomentar una cultura de mejora continua a través de la capacitación regular del personal en nuevas tecnologías y metodologías logísticas.

3. Reducción de la tasa de devolución de productos

Análisis de causas de devolución: implementar un sistema para registrar y analizar las razones de las devoluciones, permitiendo identificar patrones y tomar medidas correctivas.

Comunicación proactiva con clientes: mantener una línea de comunicación abierta con los clientes para resolver cualquier inquietud antes de que se convierta en una devolución.

4. Fortalecimiento de la comunicación y redes sociales

Desarrollo de una estrategia de contenidos: crear contenido relevante en redes sociales que informe sobre las operaciones logísticas, innovaciones, y mejores prácticas, ayudando a construir una imagen de marca sólida y a aumentar la lealtad del cliente.

Interacción y feedback: utilizar redes sociales como un canal para interactuar con clientes y obtener retroalimentación sobre servicios y productos, proporcionando información valiosa para la mejora continua.

Colaboraciones estratégicas: Colaborar con expertos en logística para amplificar la visibilidad de la empresa en redes sociales y atraer nuevos clientes potenciales.

5. Medición y evaluación de indicadores

Establecimiento de KPIs: definir indicadores clave de rendimiento (KPIs) relacionados con las debilidades mencionadas (por ejemplo, tasa de inventario en tránsito, tasa de devoluciones, tiempo de ciclo de pedidos) y realizar un seguimiento regular.

Revisión periódica: programar reuniones trimestrales para revisar el desempeño de los KPIs y realizar ajustes en las tácticas según sea necesario.

6. Fomento del Capital Social

Networking en eventos del sector: participar en ferias, conferencias y otros eventos del sector para construir relaciones con otras empresas y actores clave en la cadena de suministro.

Iniciativas de responsabilidad social: implementar programas de responsabilidad social corporativa que fomenten un sentido de comunidad y mejoren la reputación de la empresa.

REFERENCIAS

- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación* (6ta. edición). Editorial Episteme.
- Alarcón, J. (2017). *Modelo de mejora continua basado en procesos y su impacto en la calidad de los servicios que perciben los clientes de la empresa de servicios ServiFreno de la ciudad de Quito, Ecuador*. (Tesis Doctoral).
- Antún, J. (2013). *Distribución urbana de mercancías, estrategias con centros logísticos*. Biblioteca Felipe Herrera del Banco Interamericano de Desarrollo.
- Babbie, E. (1988). *Métodos de investigación por encuesta*. Díaz de Santos
- Balestrini, M. (2001). *¿Cómo se elabora el proyecto de investigación?* (6ta edición). BL Consultores Asociados, Servicio Editorial.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (tercera edición). Prentice Hall.
- Blanco, N. (2000). *Instrumentos para la recolección de datos primarios*. Editorial Dirección de cultura de la Universidad del Zulia.
- Bourdieu, P. (1983) *O campo científico*. Sociología. Atica,
- Bowerbox, D. (2008). *Administración y logística en la cadena de suministros*. McGraw-Hill.
- Bracamonte, J. (2022). *Propuesta de mejora de la cadena de suministros de la empresa Rapid Express S.R.L. de la ciudad de Trujillo, 2020*. (tesis de pregrado). Universidad Privada del Norte.
- Ceballos, L. y Duque, V. (2024). *Estrategias de mejoramiento de la gestión de cadena de suministro para una productora y comercializadora de verduras orientales de la Zona Rural del Municipio de Palmira*(tesis de pregrado). Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD.

- Chávez, N. (2007). *Introducción a la investigación educativa* (tercera ed.). La Columna.
- Coletti, J., Bonduelle, G., & Iwakiri, S. (2010). *Avaliação de defeitos no processo de fabricação de lamelas para pisos de madeira engenheirados com uso de ferramentas de controle de qualidade*. Acta Amazónica.
- Correa, A. (2012). *Tecnologías de la información en la cadena de suministro*. Ingeniería de la Organización.
- Creswell, J. (2003). *Research desing. Qualitative, quantitative and mix methods approaches*. Sage Publications.
- Durston, J. (2002). *El capital social campesino en la gestión del desarrollo rural*. CEPAL. www.eclac.cl/publicaciones/xml/0/11700/Indice.pdf
- Gallardo, Y. (2024). *Plan estratégico de capital social para fortalecer la gestión de calidad*. (tesis de pregrado). Universidad Valle del Momboy.
- Gattorna, J. y Ellis, D. (2019). *Transforming supply chains: realign your business to better serve customers in a disruptive world (financial times series)*. Financial Times Press.
- Goldrat Consulting (2016). *Goldratt-consulting*. <http://www.la.goldrattconsulting.com/goldratt-consultingteoria-de-las-restricciones>.
- Guadamillas, F. (1999) *La implantación de una estrategia de mejora continua: la experiencia de un grupo de empresas españolas*. Díaz de Santos.
- Hernández, R., Fernández C., & Baptista P. (2006). *Metodología de la Investigación*. McGraw-Hill.
- Hurtado, J. (2000). *El proyecto de investigación holística*. Cooperativa Editorial Magisterio.
- Kligtsberg, B. y Rivera, M. (2007). *El capital social movilizado contra la pobreza*. Clacso Editorial.

- Krishnan, M., Parente, E., & Shulman, J. (2007). *The Mckinsey Quartely*.
http://download.mckinseyquarterly.com/LASupply Chain_Spanish.pdf
- Juran, J. (1990). *Juran y el liderazgo para la calidad. Un manual para directivos*. Ediciones Díaz de Santos, S.A.
- León, J., y Martínez, E. (2019). *Propuesta de mejoramiento para la gestión de inventarios en el proceso de preparación de pedidos de alimentos del departamento de despachos de la empresa Scala Global Colombia SAS. E.K.* (tesis de pregrado). Universidad Católica de Colombia. <https://repository.ucatolica.edu.co/server/api/core/bitstreams/ff38d326-8e39-4df0-aa37-59d63231d6d3/content>
- Loayan, S. (2022). *Método kaizen: la guía para la mejora continua en las empresas*.
<https://asana.com/es/resources/continuousimprovement>
- Martin, C. (2011). *Logistics & supply chain management*. Prentice Hall.
- Martínez, J. (2020). *Ingeniería de gestión de calidad por procesos y la mejora continua aplicada a los sistemas de producción de las organizaciones empresariales complejas*. Scientia. Revista de Investigación de la Universidad de Panamá
- Méndez, C. (2007). *Metodología de la investigación: diseño y desarrollo del proceso de investigación en ciencias empresariales* (quinta edición). Alpha Editorial.
- Palella, S. y Martins, F. (2012). *Metodología de la investigación cuantitativa*. Fondo de la Editorial UPEL.
- Pires, S., y Carretero, L. (2007). *Gestión de la cadena de suministros*. McGraw-Hill/Interamericana de España, S.A.U.
- Ramírez, A. (1997). *Metodología de la Investigación Científica*. Limusa.

Schmid, M. (2019). *Factores operacionales de la cadena de suministro en las empresas venezolanas de fluidos de perforación*. Revista Ñeque. Universidad del Zulia.

Tamayo, M. (2012). *El proceso de investigación científica*. Limusa.

ANEXOS

**Anexo A. Cuestionario Aplicado a los Trabajadores de la
Cadena de Suministro de la Empresa Latitud C.A.**

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**



Usted ha sido seleccionado para responder este cuestionario, el cual tiene como finalidad la recolección de información para presentar el trabajo de investigación titulado: **CAPITAL SOCIAL Y MEJORA CONTINUA EN LA CADENA DE SUMINISTRO EN LA EMPRESA LATITUD, C.A.**, el cual es un requisito para optar al título de Ingeniero Industrial.

La información que usted suministre es de carácter confidencial y anónimo, la cual será utilizada con fines académicos y de investigación.

Este instrumento consta de ocho (8) ítems de 5 alternativas de respuesta, las cuales se describen a continuación:

Siempre (S) Casi Siempre (CS) Algunas Veces (AV) Casi Nunca (CN) Nunca (N)

Instrucciones:

- Lea cuidadosamente cada uno de los planteamientos antes de responder.
- Seleccione la alternativa de su preferencia, marque con una X.
- Responda todos los planteamientos con la mayor objetividad y sinceridad.
- En caso de duda, diríjase al encuestador.

Indicador	Ítems	Descripción	Alternativas				
			CS	S	AV	N	CN
Comunicación	1	La comunicación entre los trabajadores de la cadena de suministro, es fluida y transmitida en tiempo real.					
	2	La toma de decisiones es comunicada de forma inmediata a los trabajadores.					
Valores Éticos	3	Los trabajadores consideran en todo momento los valores éticos y organizacionales para el logro de los objetivos.					
	4	La forma de brindar el servicio por parte de la empresa es de forma ética y responsable					
Redes Sociales	5	Las redes sociales son medios para transmitir información, ideas y experiencias.					
	6	En las redes sociales se establecen normas, procedimientos, y se transmite información oportuna.					
Cooperación	7	Existe disposición entre el personal de la cadena de suministro de cooperar con sus compañeros de trabajo.					
	8	Los actos de cooperación brindados o recibidos, fomentan la confianza entre los trabajadores.					

**Anexo B. Lista de Cotejo Aplicada a los Trabajadores de la
Cadena de Suministro de la Empresa Latitud, C.A.**

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**



La presente lista de cotejo, será llenada por los investigadores, la cual tiene como finalidad la recolección de información para presentar el trabajo de investigación titulado: **CAPITAL SOCIAL Y MEJORA CONTINUA EN LA CADENA DE SUMINISTRO EN LA EMPRESA LATITUD, C.A.**, el cual es un requisito para optar al título de Ingeniero Industrial.

La información recolectada es de carácter confidencial y anónimo, la cual será utilizada con fines académicos y de investigación. Este instrumento consta de catorce (14) criterios a considerar con alternativa dicotómica de sí o no.

Indicador	Criterio	Descripción	Alternativas	
			Sí	No
Tiempo de Ciclos de Pedidos o Lead Time	1	Se establecen los tiempos de ciclos de pedidos entre la empresa y los clientes.		
	2	Los tiempos de ciclos de pedidos cuenta con una holgura apropiada		
Preparación de Pedidos	3	Se toma en cuenta para la preparación de pedidos, la disciplina de las colas (FIFO: primero que entra, primero que sales)		
	4	El personal de trabajo cuenta con todos los equipos necesarios para preparar los pedidos.		
Tasa de Devolución de Productos	5	La tasa de pedidos es alta, la cual afecta los objetivos establecidos por la empresa.		
	6	Se cuenta con un sistema, para controlar las razones por la cual existen productos devueltos.		
Tiempos de Carga y Descarga	7	Los tiempos de carga y descarga tienen un control referenciado.		
	8	Cuenta con la cantidad de trabajadores apropiados para agilizar los tiempos de carga y descarga.		
Inventario en Tránsito	9	El cliente cuenta con un sistema para conocer el status de su producto.		
	10	Se lleva un control de los cuellos de botella que se pueden formar en el proceso de la cadena de suministro.		
Innovación de Procesos	11	En la cadena de suministros se emplean herramientas como: el internet de las cosas, blockchain, impresiones 3D e inteligencia artificial.		
	12	La empresa cuenta con digital twin en el área de logística para modelar la cadena de suministro.		
Cumplimiento Normativo	13	Se tienen las normas que rigen a las actividades realizadas por la empresa al alcance de todos los trabajadores.		
	14	La empresa tiene plasmadas las normativas nacionales internacionales en el área de la cadena de suministro.		

Anexo C. Validación de los Instrumentos

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBAY
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Quien Suscribe Yackeline González, titular de la cédula de identidad No: V-13.260.990 de profesión Ing. de Petróleo, hace constar por medio de la presente, que luego de leer, analizar e interpretar los instrumentos de recolección de información, elaborado para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación, titulada: **CAPITAL SOCIAL Y MEJORA CONTINUA EN LA CADENA DE SUMINISTRO EN LA EMPRESA LATITUD, C.A**, que presentan los bachilleres: **Anabel Paola Cañizales**, titular de la cédula de identidad N° V-29.825.164, y **María José Pérez Vásquez**, titular de la cédula de identidad No. V-30.140.157 considero que el mismo reúne las condiciones necesarias en cuanto a pertinencia, relación variable-dimensión-indicador-items, congruencia y estilo de redacción adecuado estilo de los ítems.

En consecuencia, el referido instrumento es válido para los fines previamente establecidos.

Constancia que se expide en la ciudad de Valera, a los 05 días del mes de diciembre del año 2024.

Firma:

AUTORES:

Br. Anabel Paola
Cañizales

Br. María José Pérez
Vásquez,

TUTOR:

Prof. Ing. Liliana Rivera

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE INGENIERÍA
ESCUELA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL



CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Quien Suscribe Marilyn Briceño, titular de la cedula de identidad No: 13.205.436 de profesión Ingeniero de Sistemas, hace constar por medio de la presente, que luego de leer, analizar e interpretar los instrumentos de recolección de información, elaborados para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación, titulada: **CAPITAL SOCIAL Y MEJORA CONTINUA EN LA CADENA DE SUMINISTRO EN LA EMPRESA LATITUD, C.A.**, que presentan los bachilleres: **Anabel Paola Cañizales Godoy**, titular de la cédula de identidad No. 29.825,164, y **María José Pérez Vásquez**, titular de la cédula de identidad No. 30.140.157 considero que el mismo reúne las condiciones necesarias en cuanto a pertinencia, relación variable-dimensión-indicador-ítems, congruencia y estilo de redacción adecuado estilo de los ítems.

En consecuencia, el referido instrumento es válido para los fines previamente establecidos.

Constancia que se expide en la ciudad de Valera, a los 04 días del mes de Diciembre del año 2024.

Firma:

AUTORES:
Br. Anabel Cañizales
Br. María Pérez
TUTOR:
Prof. Liliana Rivera

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE INGENIERIA
ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL**



CONSTANCIA DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO

Quien Suscribe Edgar Omaña, titular de la cedula de identidad No: V-11.896.440 de profesión Ing. en Mantenimiento, hace constar por medio de la presente, que luego de leer, analizar e interpretar los instrumentos de recolección de información, elaborado para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación, titulada: **CAPITAL SOCIAL Y MEJORA CONTINUA EN LA CADENA DE SUMINISTRO EN LA EMPRESA LATITUD, C.A**, que presentan los bachilleres: **Anabel Paola Cañizales**, titular de la cedula de identidad N° V-29.825.164, y **Maria José Pérez Vasquez**, titular de la cedula de identidad No. V-30.140.157 considero que el mismo reúne las condiciones necesarias en cuanto a pertinencia, relación variable-dimensión-indicador-items, congruencia y estilo de redacción adecuado estilo de los items.

En consecuencia, el referido instrumento es válido para los fines previamente establecidos.

Constancia que se expide en la ciudad de Valera, a los 05 días del mes de diciembre del año 2024.

Firma:

AUTORES:
Br. Anabel Cañizales
Br. Maria Pérez
TUTOR:
Prof. Liliana Rivera

Anexo D. Confiabilidad del Cuestionario

Trabajadores o Encuestados	Número de Ítems								SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	
E1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
E2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
E3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
E4	5	4	5	5	5	4	5	5	38
E5	4	4	5	5	4	4	5	5	36
E6	4	4	5	5	4	4	5	4	35
E7	4	4	5	5	4	4	5	4	35
E8	4	3	5	5	4	4	4	4	33
E9	3	3	5	5	3	4	4	3	30
E10	3	3	5	5	3	3	4	3	29
E11	3	3	5	5	3	3	4	3	29
E12	3	2	5	5	3	3	3	3	27
E13	2	2	5	5	3	3	3	3	26
Varianza de los ítems	0,899	1,0059	0	0	0,6864	0,5325	0,5444	0,7692	
Sumatoria de Varianza de los ítems	4,437869822								
Varianza de la Suma de los ítems	23,75147929								
Coefficiente de Alpha de Cronbach	0,880916791								