

**UNIVERSIDAD DE HUANUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**



**TESIS**

---

**“Cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma –  
2022”**

---

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**AUTOR: Zavala Lopez, Dany Daniel**

**ASESOR: Leonardo Beltran, Carlos Dante**

**HUÁNUCO – PERÚ**

**2023**

# U

### TIPO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:

- Tesis ( X )
- Trabajo de Suficiencia Profesional ( )
- Trabajo de Investigación ( )
- Trabajo Académico ( )

**LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN:** Gestión Administrativa  
**AÑO DE LA LÍNEA DE INVESTIGACIÓN (2020)**

### CAMPO DE CONOCIMIENTO OCDE:

**Área:** Ciencias Sociales

**Sub área:** Economía, Negocios

**Disciplina:** Negocios, Administración

### DATOS DEL PROGRAMA:

Nombre del Grado/Título a recibir: Título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas

Código del Programa: P36

Tipo de Financiamiento:

- Propio ( X )
- UDH ( )
- Fondos Concursables ( )

# D

### DATOS DEL AUTOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 40320977

### DATOS DEL ASESOR:

Documento Nacional de Identidad (DNI): 43962129

Grado/Título: Maestro en ciencias administrativas con mención en gestión pública

Código ORCID: 0000-0003-3910-7916

# H

### DATOS DE LOS JURADOS:

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	GRADO	DNI	Código ORCID
1	García Apac, Julián Spencer	Maestro en medio ambiente y desarrollo sostenible, mención en gestión ambiental	23164566	0000-0002-3321-5820
2	Huerto Orizano, Diana	Maestro en gestión y negocios, mención en gestión de proyectos	40530605	0000-0003-1634-6674
3	Linares Beraun, William Giovanni	Maestro en gestión pública para el desarrollo social	07750878	0000-0002-4305-7758

**UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS**

En la ciudad de Huánuco, siendo las **10:00 horas del día 10 del mes de febrero del año 2023**, en el cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunieron el sustentante y el Jurado Calificador, integrado por los docentes:

Mtro. Julián Spencer García Apac	<b>(Presidente)</b>
Mtra. Diana Huerto Orizano	<b>(Secretaria)</b>
Mtra. William Giovanni Linares Beraun	<b>(Vocal)</b>

Nombrados mediante la **RESOLUCIÓN N.º 1967-2022-D-FCEMP-PAAE-UDH** para evaluar la Tesis intitulada: **“CADENA DE DISTRIBUCIÓN EN LA EMPRESA MOLITALIA SEDE TARMA – 2022”** presentada por el Bachiller, **ZAVALA LOPEZ, Dany Daniel**, para optar el título Profesional de Licenciado en Administración de Empresas.

Dicho acto de sustentación se desarrolló en dos etapas: exposición y absolución de preguntas; procediéndose luego a la evaluación por parte de los miembros del Jurado.

Habiendo absuelto las objeciones que le fueron formuladas por los miembros del Jurado y de conformidad con las respectivas disposiciones reglamentarias, procedieron a deliberar y calificar, declarándolo (a) APROBADO con el calificativo cuantitativo de 14 (CATORCE) y cualitativo de SUFICIENTE (Art. 47 - Reglamento General de Grados y Títulos).

Siendo las 11:00 horas del día 10 del mes de febrero del año 2023, los miembros del Jurado Calificador firman la presente Acta en señal de conformidad.



Mtro. Julián Spencer García Apac  
**PRESIDENTE**



Mtra. Diana Huerto Orizano  
**SECRETARIA**



Mtro. William Giovanni Linares Beraun  
**VOCAL**

## CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD

Yo, **Carlos Dante Leonardo Beltrán**, asesor del PA **Administración de empresas** y designado mediante documento: **RESOLUCIÓN N° 890-2022-D-FCOMP-PAAE-PESD- UDH** del estudiante **ZAVALA LOPEZ, Dany Daniel**, de la investigación titulada: **“CADENA DE DISTRIBUCIÓN EN LA EMPRESA MOLITALIA SEDE TARMA – 2022”**

Puedo constar que la misma tiene un índice de similitud del 20% verificable en el reporte final del análisis de originalidad mediante el Software Antiplagio Turnitin.

Por lo que concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio y cumple con todas las normas de la Universidad de Huánuco.

Se expide la presente, a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Huánuco, 30 de marzo de 2023



**Apellidos y Nombres:**

Leonardo Beltrán, Carlos Dante

**DNI N°:** 43962129

**Código ORCID:** 0000-0003-3910-7916

# ENTREGA POST SUSTENTACIÓN

## INFORME DE ORIGINALIDAD

20%

INDICE DE SIMILITUD

19%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

14%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://repositorio.udh.edu.pe">repositorio.udh.edu.pe</a> Fuente de Internet	3%
2	<a href="http://www.ceupe.com">www.ceupe.com</a> Fuente de Internet	1%
3	Submitted to INACAP Trabajo del estudiante	1%
4	<a href="http://1library.co">1library.co</a> Fuente de Internet	1%
5	<a href="http://repository.ucatolica.edu.co">repository.ucatolica.edu.co</a> Fuente de Internet	1%
6	<a href="http://repositorio.uasf.edu.pe">repositorio.uasf.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
7	Submitted to ADEN University Trabajo del estudiante	1%
8	<a href="http://repositorio.ucv.edu.pe">repositorio.ucv.edu.pe</a> Fuente de Internet	1%
9	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Fuente de Internet	1%

Leonardo Beltrán, Carlos Dante  
DNI: 43962129

Código ORCID: 0000-0003-3910-7916

## **DEDICATORIA**

A Dios, por ser mi guía, protector y amigo fiel en mi diario caminar.

A mis padres, por sus enseñanzas y el ejemplo de perseverancia que sembraron en mí.

A mi esposa e hijos, por su apoyo, confianza y amor incondicional.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por su compañía, por iluminar mi sendero y sus infinitas bendiciones.

A los docentes, por sus enseñanzas y por ser partícipes de mi desarrollo profesional.

A mi familia por acompañarme en cada paso importante de mi vida; y a todas las personas que contribuyeron en este proceso.

# ÍNDICE

DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
ÍNDICE.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS.....	VI
ÍNDICE DE FIGURAS.....	VII
RESUMEN.....	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	X
CAPÍTULO I.....	11
DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA .....	11
1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA.....	11
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
1.2.1. PROBLEMA GENERAL.....	13
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS .....	13
1.3. OBJETIVOS.....	14
1.3.1. OBJETIVO GENERAL.....	14
1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	14
1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	15
1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.....	15
1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA .....	15
1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA .....	15
1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN .....	15
1.5.1. TEMPORAL.....	15
1.5.2. ESPACIAL.....	16
1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	16
CAPÍTULO II.....	17
MARCO TEÓRICO .....	17
2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	17
2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES.....	17
2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES .....	17
2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES.....	20
2.2. BASES TEÓRICAS .....	21



2.2.1. SISTEMA LOGÍSTICO .....	21
2.2.2. CADENA DE SUMINISTRO .....	23
2.2.3. CADENA DE DISTRIBUCIÓN .....	25
2.2.4. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE .....	30
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES .....	32
2.4. HIPÓTESIS.....	33
2.5. VARIABLE .....	33
2.5.1. VARIABLE ÚNICA.....	33
2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE .....	34
CAPÍTULO III.....	35
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	35
3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN.....	35
3.2. ENFOQUE .....	35
3.3. DISEÑO METODOLÓGICO .....	35
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA .....	36
3.4.1. POBLACIÓN.....	36
3.4.2. MUESTRA .....	36
3.5. RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN .....	37
3.5.1. TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS.....	37
3.5.2. TÉCNICA PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS .....	38
CAPÍTULO IV.....	39
RESULTADOS.....	39
4.1. RESULTADOS DESCRIPTIVOS.....	39
CAPÍTULO V.....	55
DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	55
CONCLUSIONES .....	58
RECOMENDACIONES.....	59
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	60
ANEXOS.....	65

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de variables .....	34
Tabla 2 Trabajadores de la Empresa Molitalia Sede Tarma .....	36
Tabla 3 Clientes de Molitalia Sede Tarma .....	36
Tabla 4 Valoración respecto al servicio que presta la Empresa Molitalia ....	52
Tabla 5 Dificultad o inconveniente de los clientes con sus pedidos.....	53
Tabla 6 Mejoras o implementaciones en la Empresa Molitalia .....	54

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Red de Proveedores .....	24
Figura 2 Modelo descentralizado de distribución .....	28
Figura 3 Modelo centralizado de distribución.....	29
Figura 4 Modelo centralizado de distribución cross-docking.....	29
Figura 5 Entrega de salida a cargar .....	40
Figura 6 Operaciones de pedido.....	41
Figura 7 Procedimiento de almacenamiento sistema FIFO .....	42
Figura 8 Área de almacén secos en la empresa Molitalia.....	44
Figura 9 Control de inventarios .....	45
Figura 10 Gestión de stocks .....	46
Figura 11 Preparación de pedidos .....	47
Figura 12 Equipos de trabajo.....	48
Figura 13 Unidades para despacho .....	49
Figura 14 Unidades para despacho acorde a las rutas de despacho .....	50
Figura 15 Planificación del trabajo.....	51
Figura 16 Valoración respecto al servicio que presta la Empresa Molitalia .	52
Figura 17 Dificultad o inconveniente de los clientes con sus pedidos.....	53
Figura 18 Mejoras o implementaciones en la Empresa Molitalia .....	54
Figura 19 Georreferencia utilizando Google Maps de la Empresa Molitalia	70
Figura 20 Localización de la Empresa Molitalia Sede Tarma .....	70

## RESUMEN

El presente estudio tuvo por **objetivo** principal describir cómo se lleva a cabo la gestión de la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022, la **metodología** de investigación muestra que el análisis obedece a una investigación de tipo aplicada, nivel descriptivo, enfoque cuantitativo y diseño no experimental transversal. La muestra de estudio lo conformaron 224 clientes y 03 trabajadores de la empresa. Los **resultados** hallados describen los procesos en la gestión de la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022, en los cuales se **concluye** que: la planificación cuenta con dos procesos: la planificación de la demanda y la generación de pedidos; el almacenamiento y conservación cuenta con dos procesos: el almacenamiento y la conservación en las que se ha implementado las BPA para mejora de los procesos; en cuanto a los inventarios los procesos son: el control de inventarios y el stock; el procesamiento de pedidos en la cadena de distribución se lleva a cabo en dos procesos: la preparación de pedidos y el despacho; el proceso de transporte y planificación de rutas de reparto se lleva a cabo en dos procesos: asignación de medio de transporte y la planificación de rutas. Todos los procesos mencionados se gestionan a través de la herramienta SAP; la empresa recopila información relevante para el área a través de medición de la satisfacción en la que el 36% de los clientes se muestran muy satisfechos y 58% satisfecho.

**Palabras claves:** Cadena de distribución, almacenamiento, inventarios, stock, logística.

## ABSTRACT

The main **objective** of this study was to describe how the management of the distribution chain is carried out in the company Molitalia headquarters Tarma - 2022, the research **methodology** shows that the analysis obeys an applied type of research, descriptive level, quantitative approach and cross-sectional non-experimental design. The study sample was made up of 224 clients and 03 company workers. The **results** found describe the processes in the management of the distribution chain in the company Molitalia headquarters Tarma - 2022, in which it is **concluded** that: planning has two processes: demand planning and order generation; storage and conservation has two processes: storage and conservation in which GAP has been implemented to improve processes; Regarding inventories, the processes are: inventory control and stock; order processing in the distribution chain is carried out in two processes: order preparation and dispatch; The process of transport and planning of delivery routes is carried out in two processes: allocation of means of transport and route planning. All the mentioned processes are managed through the SAP tool; The company collects relevant information for the area through satisfaction measurement in which 36% of customers are very satisfied and 58% satisfied.

**Keywords:** Distribution chain, storage, inventories, stock, logistics.

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación titulada “CADENA DE DISTRIBUCIÓN EN LA EMPRESA MOLITALIA SEDE TARMA – 2022”, tuvo como propósito describir de qué manera se lleva a cabo la cadena de distribución en dicha empresa; todos los procesos que se realizan día a día hicieron posible que se pueda operar cumpliendo los requisitos de los clientes. La importancia de la logística dentro de la gestión de las empresas es muy importante, más aún cuando se trata de empresas comercializadoras de bienes como el caso de la empresa Molitalia. Viendo esa necesidad de describir todo ese proceso de cadena de distribución, la investigación se ha estructurado en 5 capítulos los cuales se dividen de la siguiente forma:

El capítulo primero, inicia con el problema de investigación, seguido de la formulación del problema, objetivos generales y específicos, justificación en cuanto a teórico, práctico y metodológico; considerando también las limitaciones y viabilidad de la investigación.

El capítulo segundo, incluye el marco teórico que sustenta la investigación, seguido de antecedentes, bases teóricas, definiciones conceptuales, variable y operacionalización de variables.

El capítulo tercero, contiene lo referido a la metodología empleada en la investigación, como tipo, nivel, enfoque y diseño de investigación; seguido de la población y muestra, técnicas para la recolección de datos y el análisis e interpretación de los datos.

El capítulo cuarto, presenta los resultados obtenidos a través de figuras, tablas e interpretaciones.

El capítulo quinto, contiene la discusión de resultados contrastando los hallazgos con los antecedentes más relevantes que se mencionaron en la investigación.

Finalmente, se muestran las conclusiones y recomendaciones, asimismo los anexos en el cual se incluye la matriz de consistencia, los instrumentos de recolección de datos y datos de la empresa estudiada.

# CAPÍTULO I

## DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

### 1.1. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Las empresas han cambiado de pensamiento, de pasar de un pensamiento lineal a uno sistémico, donde las cosas son vistas como procesos integrales. La idea de manejar procesos aislados ya no resulta productiva, pues las tendencias de estos últimos años han hecho que se diseñen nuevas estrategias con el propósito de generar valor y lograr mayor competitividad dentro del mercado.

En estos últimos años muchos países han invertido en conocimiento y basado en investigaciones, se han puesto en marcha nuevas tecnologías y herramientas que faciliten los procesos tanto de sectores productivos como los comerciales; hoy los usuarios y clientes ya no son los mismos que décadas pasadas, ahora los clientes son cada vez más críticos y esperan siempre percibir lo mejor (Gayathri, 2005).

El sector comercial por el alcance que tiene, producto de la globalización y las nuevas tendencias necesita que la cadena de suministro sea tratada con mayor énfasis a nivel empresarial, pues una adecuada gestión de la cadena de suministro va garantizar la entrega del producto en el momento oportuno, cumpliendo con el objetivo de satisfacción al cliente.

Las empresas llevan a cabo un sin número de actividades como compras, almacenamiento, inventarios, transporte, entre otros; cuando se trabaja de manera sistematizada la ejecución de estas actividades se conoce como cadena de suministro, que en su forma más simple sería llevar productos desde la consecución de la materia prima hasta el consumidor final (Pulido, 2014). También es la acción de gestionar y administrar una actividad profesional destinada a establecer los objetivos, medios y sistemas para su realización, con el propósito de elaborar la estrategia de desarrollo y ejecución, que incluye la administración de los recursos organizacionales, desde lo humano hasta lo económico (López, 2009).

Si se hace una división en la cadena de suministro se puede identificar tres etapas bien marcadas, la cadena de aprovisionamiento, la cadena de

producción y la cadena de distribución, todas importantes y necesarias, de lo contrario difícilmente se podría hacer llegar los productos hacia los clientes.

En esencia la cadena de distribución viene a ser la tercera parte de las dos anteriores mencionadas, esta cadena conlleva a tareas como planificación, inventarios, transporte e incluso manejo de información de parte del cliente para con la empresa, el que le permitirá tomar acciones que pueden ser de mejora, reestructuración o cambio. El saber cómo se gestiona esta cadena de distribución es importante, porque solo así se pueden establecer procedimientos articulados que mejoren la gestión comercial de la empresa (Piedra *et al.*, 2021).

La piedra angular y fundamental de todo negocio viene a ser la comercialización, porque a través de ella los productores y fabricantes exitosos lograrán incrementar su competitividad en el mercado (Martínez y Moyano, 2011).

Hoy en día muchas empresas que operan de manera comercial productos en el Perú y en las diferentes regiones han integrado cadenas de distribución, sea grande o pequeña, de manera empírica o técnica, y a través de la logística como herramienta han superado y acondicionado procesos para satisfacer a sus consumidores, por ejemplo una pequeña tienda que distribuya muebles y demás artículos para el hogar, suele llevar sus productos hasta donde está el cliente y no necesariamente lo hacen subcontratando otras empresas sino con medios de transporte adecuados a la zona y simplemente que cumplan la función de transportarlo, previo a ello habrán pensado en el proceso de embalaje del producto, el tiempo, la ruta, el día y el costo que incluirá y todas estas actividades previamente planificadas forma parte de la cadena de distribución (Castellanos, 2021).

En el sector comercial de la región Junín existen muchas empresas que se dedican a la distribución de abarrotes, unas lo hacen a menor escala, otros a mediana escala y otros a gran escala, entre ellas de acuerdo al tipo de distribución que éstos hagan existe una competencia por predominar el mercado, claro está que para lograr esto necesitan de una adecuada gestión de la cadena de distribución, ya que sin ésta no podrían lograr ventajas competitivas; pero, ¿cómo saber si mi cadena de distribución marcha bien o mal?, entre unos indicadores se tiene: la pérdida de clientes, el desecho de



mercadería, la devolución de mercaderías, error en los pedidos, sobre costo en el transporte, entre otros. Por eso es necesario ver cómo se lleva a cabo la gestión de la cadena de distribución para que en función a ello y tomando en cuenta la satisfacción del cliente con respecto al servicio brindado se pueda aplicar medidas preventivas o correctivas, todo esto orientado a la calidad a través de la implementación de planes de mejora.

En la localidad tarmaña se encuentra ubicada la empresa Molitalia S.A. que es una de las más importantes empresas distribuidoras de productos de primera necesidad, al presentar estas características fue elegida para ser material de estudio, ya que se encuentra muy bien posicionada (en cuanto a la mejor).

Habiendo evidenciado la importancia de la cadena de distribución en la actualidad, se propone como objetivo de la investigación: Describir cómo se lleva a cabo la gestión de la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022, por lo que la pregunta de investigación que debe responderse finalmente se incluye en el siguiente apartado.

## **1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

### **1.2.1. PROBLEMA GENERAL**

- ¿Cómo se lleva a cabo la gestión de la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022?

### **1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS**

- ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de planificación en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022?
- ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de almacenamiento y conservación en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022?
- ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de inventarios en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022?
- ¿Cómo se lleva a cabo el procesamiento de pedidos en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022?

- ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de transporte y planificación de rutas de reparto en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022?
- ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de información en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022?

### **1.3. OBJETIVOS**

#### **1.3.1. OBJETIVO GENERAL**

- Describir cómo se lleva a cabo la gestión de la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022.

#### **1.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Describir cómo se lleva a cabo el proceso de planificación en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022.
- Describir cómo se lleva a cabo el proceso de almacenamiento y conservación en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022.
- Describir cómo se lleva a cabo el proceso de inventarios en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022.
- Describir cómo se lleva a cabo el procesamiento de pedidos en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022.
- Describir cómo se lleva a cabo el proceso de transporte y planificación de rutas de reparto en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022.
- Describir cómo se lleva a cabo el proceso de información en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022.

## **1.4. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.4.1. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA**

Cada organización requiere desarrollar una estructura y procesos ajustados a las exigencias del mercado, entendiendo que los bienes o servicios deben ser el resultado de altos estándares de calidad para obtener mayor competitividad, es por ello que los resultados obtenidos se convertirán en un aporte significativo para la línea de investigación, ya que permitirá dar a conocer la gestión de la cadena de distribución en una determinada empresa.

### **1.4.2. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA**

La cadena de distribución va a optimizar la distribución de mercancías, haciéndolo más seguro y económico. Por tanto, esta investigación se convierte en un aporte práctico para la empresa y los clientes, ya que permitirá conocer de cerca la satisfacción de los clientes en cuanto a la distribución de sus productos y a la empresa ver si los procesos que realiza van bien o no tan bien, para proponer planes de mejora.

### **1.4.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA**

El desarrollo de la investigación desde una perspectiva cuantitativa permitió operacionalizar las variables en dimensiones e indicadores para su análisis estadístico convirtiéndose en una guía importante para estudios similares.

## **1.5. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.5.1. TEMPORAL**

El presente estudio se vio limitado en cuanto al tiempo, ya que al tratarse de una investigación de tipo transversal sólo se analizó en un determinado tiempo; independientemente de otros factores como los sociales, económicos, entre otros.

### **1.5.2. ESPACIAL**

La presente investigación incluye como unidad de análisis únicamente la empresa Molitalia sede Tarma (trabajadores y clientes), no consignando las demás sedes dentro del presente estudio.

### **1.6. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN**

El estudio es viable, porque se dispuso de medios económicos necesarios para la ejecución de la investigación y también existió facilidad para el acceso de información en la empresa.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN**

##### **2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES**

Aviles y Góngora (2017) en su estudio de Análisis y diseño de una solución para la gestión de la cadena de distribución, concluyeron que hoy en día, uno de los objetivos más buscados por todas las organizaciones es mayor eficiencia a menor costo, teniendo presente los estándares de calidad que la empresa haya determinado en función a las necesidades de sus clientes, asimismo a lo que se orientan las empresas efectivas es en el servicio al cliente. Las ventajas que brinda en la actualidad la tecnología de información y comunicación permite desarrollar e implementar herramientas como las aplicaciones móviles (Apps), con lo cual la información es transparente y se puede procesar en tiempo real. Mencionan también que una buena comunicación es la base fundamental de cualquier negocio, principalmente con los colaboradores y la relación con los clientes. Consideran que con la implementación de las apps móviles se tendrá una distribución más eficaz y eficiente, ya que los trabajadores jóvenes están inmersos en el uso y manipulación de smartphones los cuales abundan y es cotidiano ver que las personas cuentan con una de ellas, ya que con su accesibilidad se podrá agilizar los procesos internos y externos, como también mejorar la comunicación de los mismos. Los costos que generan la creación de una app no serán muy elevados pues entre las alternativas están las que se han desarrollado en software libre, y se tiene una inversión mínima a diferencia de una de pago que la ventaja sería está libre de publicidad.

##### **2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES**

Barrantes y Paz (2019) en su investigación sobre La gestión logística en la empresa Dulcería y Pastelería DAYLU, Pacasmayo 2019,

llegaron a la conclusión de que la gestión logística en la empresa se encuentra en un nivel óptimo, ya que los procesos en gran mayoría se realizan de manera adecuada, aunque existen ciertas fallas que genera disconformidad en los clientes. Referente a la gestión de compras también se encuentra en un nivel óptimo pues se está realizando una adecuada administración, pero aún falta mejorar en actividades como la selección de proveedores y la ausencia de certificación, que deberían de tener. En cuanto a la administración de inventarios se detectó una inadecuada gestión pues aún falta mejorar actividades como el control de inventarios que no se muestra muy ordenado, así como también el registro con información para los clientes de los productos que se ofrecen. Respecto a la administración de almacenes se observa que éstos se encuentran en óptimas condiciones pues están realizando un almacenamiento adecuado de unidades, también se cuenta con registro de despachos y requerimientos. La deficiencia encontrada es en el reducido espacio del almacén que no ayuda a distribuir en los estantes los productos de manera más eficiente. Referente a la gestión de distribución y transporte se concluyó que se realiza una óptima gestión en esta área pues los trabajadores que se encargan de reparto lo hacen de manera adecuada, no se han encontrado puntos negativos en este proceso, sólo algunos reportes de productos no llegados en buenas condiciones hasta el cliente.

Reyes (2019) en su estudio de la Cadena de suministro del área logística de la ferretería Ferrenorte, concluyó que la cadena de suministro del área logística de la ferretería en relación con la gestión de la cadena de suministros se muestra de manera regular (50%) y buena (50%); por tanto fue necesario identificar, proponer y diseñar un modelo de gestión de cadena de suministro que permita resolver los problemas de la empresa, ya que es un factor importante dentro de la gestión y logro de objetivos. Concluye también que la cadena de suministro de la empresa en la dimensión Planificación es de carácter regular teniendo una aceptación de 75% de los trabajadores, una de las razones (12,5%) es que la empresa cuenta con una persona encargada de determinar los productos necesarios para cubrir la demanda de los clientes, además

sea observado que el 37,5% considera que la empresa al menos una vez a la semana, revisa los pronósticos a corto plazo de la cadena de suministro, asimismo un 50% de los trabajadores se muestran completamente de acuerdo con que se documenta y monitoriza los procesos de la cadena de suministro, también se determinó que los niveles de stock en mercaderías son lo suficientemente adecuados y se mantienen según los requerimientos de la demanda de mercado. En cuanto al Abastecimiento se muestra un nivel regular, ello ha sido resultado que el 25% de los trabajadores considera que dentro de la cadena de suministros observan que los proveedores constantemente buscan alianzas estratégicas con la empresa, además un 37,5% cree que se mide el desempeño que tienen los proveedores respecto a las entregas y el manejo de la mercadería cuando abastecen a la empresa. Mencionan también que la distribución de la gestión de la cadena de suministro se maneja con una efectividad del 37.5%, respecto al registro de la gestión de pedidos se ha podido observar una gestión buena en un 37,5% la cual demuestra que la empresa lleva un registro diario relacionado a la gestión de los pedidos y las condiciones de estos. Por último, en cuanto a la gestión de optimización y consolidación empresarial bajo un análisis constante de pedidos, la empresa refiere un desarrollo regular.

Porras (2020) en su análisis sobre un Plan de mejora del proceso logístico de distribución en la Empresa Corpora La Regional S.R.L. Huancayo - Junín 2020, concluyó que el proceso logístico de distribución se encuentra en un nivel promedio de efectividad con respecto a la gestión de esta área, por lo cual es apto para proponer mejoras a lo largo de los procesos logísticos, pues lo que se busca es lograr la maximización de la efectividad. Menciona también que las mejoras que se implementará en el proceso logístico de distribución es una guía clara y precisa para productos nuevos, mejoras en el manejo de la base de datos en la repitencia de productos, políticas en las compras y herramientas informáticas de la gestión logística.

Chipana y Neyra (2021) en su estudio realizado sobre Cadena de distribución y las ventas de la empresa distribuidora Perufarma S.A.

distrito de San Miguel - Lima, concluyeron que la Cadena de Distribución muestra una relación alta con las ventas, planificación, organización y con las rutas de la empresa.

### **2.1.3. ANTECEDENTES LOCALES**

Puente (2017) en su investigación sobre La Gestión Logística y el Aprovechamiento de las Comercializadoras de Abarrotes, concluyó la existencia de relación entre la gestión logística con el aprovisionamiento, dicha relación resulta ser significativa; menciona que las comercializadoras de abarros no manejan adecuadamente la gestión logística, ni el aprovisionamiento, a pesar de que esta es una estrategia que permite conducir de forma integral la cadena de suministros. Determinó que el sistema de almacenamiento se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarros, además cuentan con instalaciones para almacenar los productos que expide; manifestaron que sí consideran la disponibilidad de los productos para realizar la compra, esto indica que hay mucha significancia, ya que como investigador se ha considerado el valor aceptable de relación de  $50\% + 1$ , por lo que se concluye que las empresas si cuentan con el espacio de almacenamiento y resaltan la importancia de disponer los productos para sus clientes; sin embargo, esto lo controlan de manera empírica, sin alcances técnicos de la forma correcta de cómo hacerlo. Se determinó también que el proceso de distribución se relaciona con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarros, en la que los resultados obtenidos muestran que los encuestados consideran que el proceso de distribución utilizada para los productos que comercializa no es seguro e indicaron también que no utilizan el pronóstico de venta para realizar la compra de los productos, varios factores son los que afectan la seguridad, entre ellos se encuentra las vías de acceso, la distancia, el medio de transporte, todo esto hace que los titulares de los negocios no consideran de mayor importancia realizar los pronósticos de venta y a la vez desconocen la importancia de ello. Finaliza diciendo que las comercializadoras del distrito no están dando uso de las herramientas



que existe para tener control de los inventarios, es más, ni siquiera la mayoría hacen uso de control físico, ni al menos realizan control empírico, viendo todo esto hace ver que no tienen interés por mejorar en este aspecto.

## **2.2. BASES TEÓRICAS**

### **2.2.1. SISTEMA LOGÍSTICO**

Boero (2020) señala que las empresas de hoy en día siempre están en búsqueda de obtener resultados positivos a lo largo de toda su cadena de procesos, por ello resulta indispensable el poder contar con un sistema que coordine las actividades de cada sector de la empresa, lo que buscará este sistema es conseguir un mejor rendimiento integral a través del uso de maquinarias, equipos, herramientas tecnológicas, softwares de gestión, entre otros; sumando la mano de obra y las inversiones en stock de materiales se tendrá una adecuada infraestructura, que permitirá que todas las actividades como compras, almacenamiento, distribución, recepción de materiales, etc., cumplan con la misión de satisfacer las necesidades del cliente desde la producción hasta la llegada del producto.

Por ello, ante el nuevo panorama del mercado global, la perspectiva que se presenta hace a la necesidad de toda organización de tener esa capacidad de diferenciarse de los competidores pues la idea de hoy en día no es entrar a competir en función al precio sino innovando, creando nuevos productos que respondan a las necesidades individuales de cada consumidor, pues no solo hablamos de mercados comunes, sino que en muchos casos se habla de servicio personalizado. La tendencia descrita apunta a ciertos elementos como variedad de modelos, presentación, canales de distribución, financiamiento, garantías, alcance, etc.; estos elementos sumados a los bienes crean un nuevo concepto de calidad (Boero, 2020).

La logística hoy en día es una herramienta que todas las empresas la utilizan, desde la más pequeña hasta la más grande indistintamente de la actividad que lleve a cabo, siempre estará presente, pero sin una

adecuada gestión puede causar pérdidas, no sólo económicas sino de cobertura de clientes (Arbones, 2009).

Lobato (2013) menciona que la logística de la empresa no depende del tamaño, ni del sector de actividad; sino de la necesidad que tienen las empresas de abastecerse de manera adecuada, de dar una respuesta eficiente y a tiempo a los consumidores (p.143). Por ello, es de suma importancia la logística dentro de ellas, ya que como herramienta contribuirá a tener un mejor posicionamiento de los competidores en relación con lo que ellos vendan u oferten.

### **Definición**

Boero (2020) menciona que la logística coordina la distribución de los tangibles en atención a una mayor productividad de las inversiones empresariales, para que se convierta en la base de la atención del mercado (p.8).

Lobato (2013) indica que la logística es el conjunto de técnicas y medios orientados a gestionar el flujo de materiales y de información, coordinando recursos y demanda, para garantizar un nivel determinado de servicio al menor coste posible (p.144).

### **Funciones**

Según Lobato (2013) actualmente se conoce a la logística como un sistema integral que puede adoptar distintas formas organizativas, y debe cumplir las siguientes funciones:

- Gestión de pedidos.
- Gestión de stock.
- Almacenaje.
- Control de inventarios.
- Expedición de mercaderías (picking).
- Transporte y distribución.
- Atención postventa.

Según Castro (2021) menciona que las funciones básicas de la logística son: abastecimiento, producción y ventas; estas áreas funcionales constituyen la idea de la existencia de un sistema logístico.

El abastecimiento es una función logística de gestión de los procesos de adquisición de materias primas y recursos materiales, es decir, la gestión de la logística del corporativo a la entrada.

La producción es que la función logística básica que ocupa un lugar central dentro de la empresa, incluya la gestión del flujo de tejido e información dentro del proceso tecnológico de fabricación de productos o logística interna.

La venta puede ser una función logística que combine los procesos de distribución física de los productos terminados, acercándolos al consumidor final, también llamado gestión logística de salida.

## **2.2.2. CADENA DE SUMINISTRO**

Carmona (2016) menciona que la administración de la cadena de suministro en un perfil híbrido, con una doble alma entre la propia logística y el pensamiento estratégico que necesitará para definir la gestión de su cadena de suministro.

Chopra y Peter (2008) mencionaron que está compuesto de diferentes etapas o escalones. Estas etapas describen la forma del producto (proveedor de tangibles hasta el cliente final). En consecuencia, una forma de mostrar una cadena de suministro es mostrar la secuencia de diferentes socios involucrados en hacer que la cadena de suministro suceda. Las etapas son a partir del punto de origen, proveedores de materias primas o componentes, fabricantes, distribuidores o mayoristas, minoristas y clientes. El tipo y el número de etapas depende del tipo de producto y cadena de suministro.

Carreño (2018) señala que un objetivo primordial en las organizaciones debe ser construir una cadena de suministro que se enfoque en maximizar el valor para el cliente final; ya que la competencia ya no es entre compañías, sino entre cadenas de suministro, que con frecuencia son globales.

### **Definición**

Ballou (2004) menciona que el Supply Chain Management (SCM) en español cadena de suministro, son los diferentes eslabones que se da día a día en una compañía, van desde las materias primas no

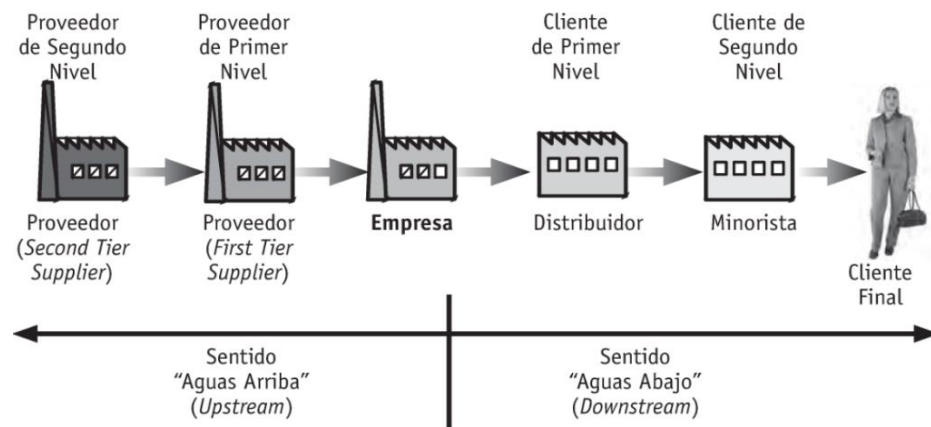
procesadas hasta los productos terminados que llegan al consumidor final.

La mayoría de autores conducen a una idea en la que la gestión de la cadena de suministro es el manejo de todo el flujo de producción de un bien o servicio, desde los componentes sin procesar, hasta la entrega del producto final al consumidor.

Una empresa crea una red de proveedores, que mueven el producto desde los proveedores de materias primas hasta aquellas organizaciones que tratan directamente con los usuarios, tal como se muestra en la figura 1.

**Figura 1**

*Red de Proveedores*



*Nota.* Tomado de *Gestión de la cadena de suministros* de Pires y Carretero (2012).

El SCM es el ciclo de vida de un producto o servicio, desde que se concibe hasta que se consume; también es un subsistema dentro de la organización que engloba la planificación de las actividades de suministro, fabricación y distribución de los productos.

La gestión del Supply Chain incluye la planificación y gestión de todas las actividades de compra, abastecimiento, fabricación y logística. También forma parte de la cadena la coordinación y colaboración con todos los agentes participantes en el canal, ya sean los clientes, proveedores, intermediarios, operadores o proveedores de servicios.

### **Importancia**

La gestión de la cadena de suministro asegura la entrega de la cantidad y del producto adecuado en el momento oportuno. Además, estos productos tienen que estar disponibles en la ubicación que los

clientes han especificado, por lo tanto, los clientes también deben recibir calidad en cuanto al soporte postventa.

Muchos aspectos que integran la planificación del transporte y la producción dentro de las cadenas de suministro han sido investigados en varios trabajos. Erengüç y Vakharia (1999) afirman que, desde un punto de vista operativo, existe dos características relevantes cuando se trata de una cadena de suministro: la red de la cadena de suministro y la naturaleza de la relación entre cada etapa en la red, con base en esto identifican las decisiones relevantes que deben tomarse, considerados para una planificación integrada de producción o distribución, es aquí donde surge la llamada cadena de distribución.

### **2.2.3. CADENA DE DISTRIBUCIÓN**

Las empresas u organizaciones cuyas actividades están involucradas en el transporte, almacenamiento y venta de bienes o prestación de un servicio a los clientes hacen uso de la cadena de distribución, por ejemplo un fabricante vende el producto a un distribuidor que vende el producto a los mayoristas y de estos a los minoristas (tiendas o puntos de venta directa al público) que luego venden el producto a los clientes, dado que los tiempos actuales exigen que la empresa mantenga muy poco inventario o sólo lo necesario, sus cadenas de suministro y distribución deben estar perfectamente sincronizadas para cumplir con los pedidos de los clientes con éxito.

Se refiere a las actividades relacionadas con el movimiento de los productos terminados desde el final de la fabricación hasta el consumidor.

#### **Definición**

Martínez y Maraver (2009) afirman que la logística de distribución de un producto es el conjunto de acciones que permiten el movimiento físico y desplazamiento de los productos desde el lugar de fabricación o almacenamiento hasta los lugares de consumo (puntos finales), para ello hacen uso del transporte logístico.

La cadena de distribución abarca tanto las fases de planificación como de transporte de mercancías; es decir, se trata de un proceso de

logística de distribución y transporte que aglutina tanto la organización teórica como la parte práctica del desplazamiento o movimiento físico de los productos.

Rojas *et al.* (2011) mencionan que la logística puede dividirse en tres partes: la logística de entrada, la logística de operaciones y la logística de salida a la que también se le conoce como logística de distribución, esta es una etapa o fase de la cadena de suministro que se encarga de gestionar las actividades relacionadas con la distribución de productos hacia los compradores, incluyendo almacenaje y entrega.

En el sector comercial, se entiende por cadena de distribución a una empresa que opera en uno o varios formatos comerciales y como parte de sus actividades es la distribución con otros establecimientos comerciales. Las cadenas de distribución pueden ser de gran tamaño y operan a través de uno o varios formatos de distribución al consumidor final, como también las hay más pequeñas cuyo formato de distribución suele ser menos compleja.

Martínez y Maraver (2009) refieren que la distribución en especial en aquellas empresas comerciales es una de las tareas más importantes de la sociedad moderna; puede definirse como el conjunto de actividades necesarias para poner a disposición del consumidor final los bienes y servicios producidos por la economía. Si bien es cierto que los productores y fabricantes de productos y servicios crean lo que necesitamos, los distribuidores (mayoristas y minoristas) y los transportistas se aseguran de que puedan ser consumidos de forma segura y sin que se dañen para que lleguen en tiempo y forma.

### **Funciones**

Las funciones de la distribución abarcan diferentes aspectos y responden a diversos objetivos de la logística, hay que tener en cuenta aspectos relacionados con las empresas, ya que no todas obedecen a un mismo tipo o categoría por ello es necesario identificar el alcance y objetivos de la empresa, algunas de estas funciones generales se detallan a continuación (Pokrovskaya, 2020):

- **Planificación.** Se trata de una parte esencial de la logística de distribución, partiendo de la predicción de la demanda, debe

planificarse la oferta de productos que debe haber para satisfacerla.

- **Almacén y conservación.** Permiten garantizar que los productos estén en condiciones óptimas para responder a la demanda.
- **Inventarios.** Se refiere a un documento que contiene la relación de los productos existentes que se encuentran custodiados dentro de una empresa.
- **Procesamiento de los pedidos.** Abarca labores de slotting, picking y packing, lo que permite preparar los pedidos acordes a las demandas de consumo para luego realizar el transporte de productos.
- **Transporte y planificación de rutas de reparto.** Sirve para optimizar los procesos de distribución y transporte de mercancías.
- **Medición del desempeño mediante el uso de KPI.** La logística y distribución no se completa sin la monitorización del propio proceso; usando indicadores adaptados a los procesos logísticos, se mide el desempeño de cada uno de los procesos.
- **Información.** Permite el conocimiento de las necesidades del mercado (satisfacción del cliente) para actualizar y mejorar las estrategias de mercado y logística interna.

Mora (2008) menciona que las funciones de distribución son las siguientes:

- **Transporte.** Es una actividad necesaria para movilizar los productos. Este es el actor principal en la distribución física del lugar de fabricación al lugar de consumo, por lo tanto, requiere de ser tratado con la importancia del caso.
- **Fraccionamiento.** Actividad dirigida a ubicar los productos fabricados en las cantidades y condiciones que exija el mercado.
- **Almacenamiento.** Acción de asegurar productos entre el momento de fabricación y el momento de la compra o uso final.

### **Modelos de distribución**

Desde una perspectiva logística, un modelo de distribución es la infraestructura que emplea una organización con el objetivo de llevar

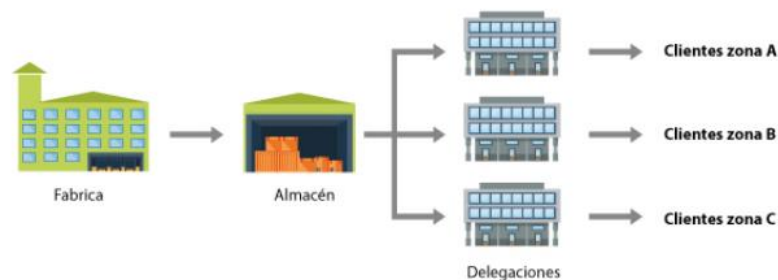
productos al mercado, y requiere de una o más estrategias definidas para lograr este objetivo (Martínez y Maraver, 2009).

Las organizaciones tienen la capacidad de subcontratar esta infraestructura o cuentan con infraestructura propia, en la actualidad existe empresas tercerizadoras llamadas operadores logísticos quienes llevan a cabo todo este proceso e incluso existen operadores tipo 1PL, 2PL, 3PL, 4PL; queda entendido que el servicio tipo IV es el más completo, mientras que el tipo 1PL, por lo general únicamente se encargan de transporte de mercancías.

- **Modelo descentralizado.** Modelo más usual entre los sectores industriales; al terminar la etapa de fabricación, los productos son distribuidos a través de un almacén regulador a diferentes puntos (delegaciones), quienes se encargan de suministrar los productos a su respectiva zona.

**Figura 2**

*Modelo descentralizado de distribución*



*Nota.* Tomado de Distribución y Logística de Iglesias (2016).

- **Modelo centralizado.** Los últimos años han mostrado adelantos significativos en las comunicaciones con los clientes (Internet, EDI-Electronic Data Interchange) y las mejoras en los plazos de transporte (carreteras, autopistas); es por ello que las organizaciones han decidido planificar sus rutas de distribución y así disminuir los costos que incurría con el modelo descentralizado.



**Figura 3**

*Modelo centralizado de distribución*

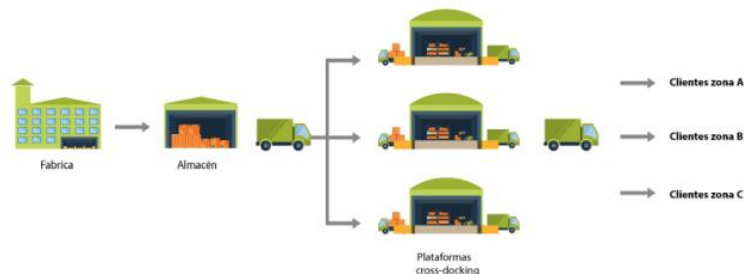


*Nota.* Tomado de Distribución y Logística de Iglesias (2016).

- **Distribución cross-docking.** Se reemplazan las delegaciones por plataformas cross-docking (carga/descarga) que se denominan sitios de recepción y re-expedición de mercancía. En estas plataformas, el fabricante entrega los productos y el comerciante los re-expide en máximo un día. No implican almacenaje de los productos, consiste en el flujo rápido de mercancía desde el proveedor al punto de venta.

**Figura 4**

*Modelo centralizado de distribución cross-docking*



*Nota.* Tomado de Distribución y Logística de Iglesias (2016).

- **Plataforma de consolidación.** En este modelo el negocio central es la distribución de productos de diferentes proveedores, ya que muchas empresas no mueven el volumen de productos necesarios para llenar camiones; por ello deciden aliarse con otros cargadores y así, con varias cargas pequeñas llenar un tráiler.

## **2.2.4. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

El tener clientes satisfechos constituye una razón fundamental por la que las empresas proponen un sin número de acciones esperando siempre contar con más clientes, por ello es de suma importancia y esencial para el desarrollo y crecimiento empresarial que presta el servicio u oferta un producto. En términos de primeras impresiones, la satisfacción del cliente se puede definir como el sentimiento de felicidad y satisfacción en el momento en que se adquiere un producto, dependiendo del grado de análisis podemos descomponer la satisfacción percibida vs las expectativas, mientras que la primera se orienta hacia la primera impresión y la segunda hacia la imagen previa al recibir el servicio.

Pelaes (2010) mencionaba que dependiendo del nivel de satisfacción del cliente, podemos conocer el grado de lealtad hacia una marca o empresa, por ejemplo, un cliente insatisfecho tendrá en su mente cambiar de tienda, marca u proveedor de forma inmediata (deslealtad condicionada por la misma empresa), o en muchas ocasiones llegan hasta convertirse en clientes tipo terrorista que son aquellos llamados que comparten a través de las redes su experiencia negativa y en ello describen comentarios que dañan la imagen de la empresa, ya que estos medios se propagan de manera inmediata en los demás clientes y generando grado de incertidumbre en ellos que al final les repercutirá al momento de elegir la empresa o marca.

Por otro lado, el cliente satisfecho se mantendrá leal; pero, tan solo hasta que encuentre otro proveedor que tenga una oferta mejor (lealtad condicional). En cambio, el cliente complacido será leal a una marca o proveedor porque siente una afinidad emocional que supera ampliamente a una simple preferencia racional (lealtad incondicional).

### **Definición**

La satisfacción es el grado en el que el desempeño que se percibe de un determinado producto o servicio concuerda con las expectativas que tiene el usuario. Si existe coincidencia con sus expectativas habrá

satisfacción, de lo contrario el cliente estará insatisfecho (Kotler & Armstrong, 2012).

Gupta y Zeithaml (2005) equiparan la satisfacción del cliente con un juicio sobre el producto o servicio, esto significa evaluar el proceso de experiencia de compra de un producto o servicio, comparando las expectativas del cliente con los resultados alcanzados.

Desde otra perspectiva, la satisfacción se produce mediante cierto orden y a su vez señala que la satisfacción antecede a la calidad de un producto, indicando que la misma se logra con la satisfacción plena de las demandas de un cliente a través de tareas o actividades intangibles con valor adicional y el cumplimiento de exigencias idóneas del bien o servicio (Morillo y Morillo, 2016).

### **Niveles de satisfacción**

Pelaes (2010) menciona que luego de realizar la adquisición de un producto o servicio, los clientes experimentan uno de éstos tres niveles de satisfacción:

- **Insatisfacción.** Desempeño percibido del producto no alcanza las expectativas del cliente.
- **Satisfacción.** Desempeño percibido del producto coincide con las expectativas del cliente.
- **Complacencia.** Desempeño percibido excede a las expectativas del cliente.

Bendek y Areo (2018) también coinciden en la conformación de tres elementos los cuales definen cuan satisfecho se encuentra el cliente respecto al servicio brindado.

### **Técnica para medir la satisfacción del cliente**

La encuesta es una técnica válida y de fácil uso para medir la satisfacción del cliente, esta técnica puede usar entre otras herramientas como las fichas de observación, las hojas de recolección de datos, los cuestionarios, etc. Esto va a depender de los objetivos y el nivel de investigación, para la presente investigación se usará el cuestionario de satisfacción del cliente en el cual se recogerán informaciones de distinta naturaleza. Lo esencial es la información sobre la satisfacción del cliente, respecto al producto, proceso o servicio considerado globalmente, y

respecto a los distintos aspectos de su relación con el proveedor. Sin embargo, pueden recogerse otras informaciones complementarias.

### 2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

- a) **BPA.** Las Buenas Prácticas de Almacenamiento son normas que establecen requisitos y procedimientos operativos que se debe de cumplir en establecimientos que fabrican, almacenan, comercializan o distribuyen diferentes tipos de productos (Amorín, 2019).
- b) **Cadena de distribución.** Etapa fundamental de la cadena de suministro, encargada de gestionar actividades de distribución de productos hacia los compradores, incluyendo almacenaje y entrega (Manrique *et al.*, 2019).
- c) **Calidad.** Es la conformidad de lo que exige el cliente y la capacidad que tiene un producto o servicio en satisfacer las necesidades del cliente (Duque, 2005).
- d) **Cliente.** Es el consumidor, viene a ser el que adquiere productos o servicios de diferentes empresas o negocios, según sea su necesidad (Quiroa, 2020).
- e) **EPP.** El Equipo de Protección Personal es llevado por los trabajadores para protegerlos de varios riesgos que amenacen su seguridad o salud en el trabajo (Guerrero, 2018).
- f) **Inventario.** Es la lista de productos, bienes o recursos que pertenece a una empresa, esto permite tener el control y conocimiento de los existentes dentro de almacén, que se puede utilizar para consumo, transformación o venta (Gasbarrino, 2022).
- g) **FIFO.** First In, First Out (primero en entrar, primero en salir); es un método que se aplica en el almacenamiento de productos (Sánchez, 2015).
- h) **Logística.** Son las actividades de planificación, ejecución y control del movimiento físico de bienes y servicios desde el punto de origen hasta el de consumo, con el fin de brindar niveles adecuados de servicio al cliente a un costo razonable (Tobalina, 2014).
- i) **Packing.** Es todo el proceso de empaquetar y embalar un producto, para que esté protegido en el envío y llegue en buen estado.

- j) **Picking.** Es la preparación de pedidos, consiste en recoger uno o varios productos ubicados en diferentes áreas del almacén, que están destinadas a formar parte de un mismo pedido (Mira, 2022).
- k) **Satisfacción del cliente.** Es la respuesta de realización del consumidor al probar un producto o servicio, también es alcanzar y superar las expectativas del cliente (Cano *et al.*, 2018).
- l) **SAP ERP.** Es un software de planificación de recursos empresariales, utilizado por las empresas para administrar correctamente la producción, logística, inventario, envíos y contabilidad (SAP, 2020).
- m) **Slotting.** Es la suma de procesos que se orienta a encontrar el lugar ideal para la ubicación de los productos en almacén (Arilla, 2021).

## 2.4. HIPÓTESIS

La presente investigación no conlleva a planteamiento de hipótesis por parte del investigador.

## 2.5. VARIABLE

### 2.5.1. VARIABLE ÚNICA

Cadena de distribución.

## 2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLE

**Tabla 1**

*Operacionalización de variables*

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
CADENA DE DISTRIBUCIÓN	Planificación	Generación de pedidos	1. ¿De qué manera se genera la orden de pedidos?
		Planificación de la demanda	2. ¿De qué manera se desarrolla la planificación de la demanda?
	Almacén y conservación	Almacenamiento	3. ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de Almacenamiento?
		Conservación	4. ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de conservación de productos?
	Inventarios	Control de Inventarios	5. ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de control de inventarios?
		Stock	6. ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de gestión de stock?
	Procesamiento de pedidos	Preparación de pedidos	7. ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de preparación de pedidos?
		Expedición o despacho	8. ¿Cuán satisfecho se encuentra con los equipos de trabajo asignados en su área de trabajo?
	Transporte y planificación de rutas de reparto	Medios de transporte	9. ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de transporte?
		Planificación de rutas	10. ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de planificación de rutas de reparto?
	Información	Procesos de mejora	11. ¿Cuál(s) han sido los procesos de mejora que ha implantado la empresa?
		Niveles de satisfacción	12. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los clientes?

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. TIPO Y NIVEL DE INVESTIGACIÓN

La investigación fue de tipo aplicada, porque se enfoca en la búsqueda y consolidación del conocimiento para su aplicación y enriquecimiento del desarrollo científico. Busca generar una solución para lo que se quiere resolver, este estudio analiza los conocimientos teóricos y científicos para mostrar importancia y relevancia de los resultados (Hernández *et al.*, 2014).

El presente estudio presenta un nivel de investigación descriptivo, ya que según (Hernández *et al.*, 2014) los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier fenómeno que se sustenta en un análisis. Es decir, miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos conceptos (variables), aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigación.

#### 3.2. ENFOQUE

El actual estudio presenta un enfoque cuantitativo, debido a su contexto requiere que el investigador reúna datos numéricos en base a los objetivos, problemas encontrados e integrantes que estudia; se analiza por medio de procesos estadísticos, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías (Hernández *et al.*, 2014).

#### 3.3. DISEÑO METODOLÓGICO

La investigación no experimental es aquello en donde no se hace manipulación de variables, básicamente es mirar y observar la situación de investigación tal cual y la forma como se lleva a cabo en un contexto real y natural, para luego procesarlos (Hernández *et al.*, 2014). El diseño no experimental transaccional o transversal tiene como fin recaudar datos de un único momento y de un único tiempo, por ello la presente investigación es no experimental transeccional:

M1 ----- Ox

Donde:

M1= Muestra / Unidad de análisis

Ox = Observación de variable

### 3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA

#### 3.4.1. POBLACIÓN

La **población 01** está compuesta por trabajadores de la empresa Molitalia sede Tarma.

**Tabla 2**

*Trabajadores de la Empresa Molitalia Sede Tarma*

<b>Puesto</b>	<b>N°</b>
Jefe de almacenes provincia	1
Supervisor almacén sede Tarma	1
Asistente de almacén	1
Operario de almacén	3
<b>Total trabajadores</b>	<b>6</b>

Nota. Tomado de la Oficina de Recursos Humanos.

La **población 02** está compuesta por clientes registrados en la base de datos en la empresa Molitalia sede Tarma.

**Tabla 3**

*Clientes de Molitalia Sede Tarma*

<b>Clientes registrados</b>	<b>Total</b>
Sede Tarma	532

Nota. Tomado del Área de ventas.

#### 3.4.2. MUESTRA

La **muestra 01** se determinó recurriendo al método no probabilístico – intencional o por conveniencia, se toma este tipo de muestreo porque se conoce bien a la población, por ello solo se tomará los trabajadores del área involucrados en la cadena de distribución, que en totalidad hacen 3 trabajadores.

La **muestra 02** será probabilístico, y para determinar el tamaño de la muestra será mediante la fórmula siguiente.



$$n = \frac{Z^2 \times p \times q \times N}{(N - 1) \times e^2 + p \times q \times Z^2}$$

Dónde:

N = 532

P = probabilidad de éxito (0.50)

Q = probabilidad de fracaso (0.50)

E = nivel de error (0.05)

Z = límite de confianza (95%) con (1.96)

$$n = \frac{(1.96^2) \times (0.50) \times (0.50) \times (532)}{(532 - 1) \times (0.05^2) + (0.50) \times (0.50) \times (1.96^2)} = 224.09 = \mathbf{224}$$

Procesando los datos en la fórmula se obtiene que el tamaño de la muestra quedará constituido por 224 clientes.

### **3.5. RECOLECCIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN**

#### **3.5.1. TÉCNICAS PARA LA RECOLECCIÓN DE DATOS**

Se hizo uso de las técnicas de la encuesta y la entrevista. La encuesta es una técnica primaria de información sobre la base de un conjunto objetivo, coherente y articulado de preguntas, que garantiza la información proporcionada realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio. Y la Entrevista es una técnica que consiste en obtener información más profunda, ya sea de manera directa o indirecta referente a sucesos o fenómenos que se aprecian en la realidad con el fin de poder recabar información primaria (Hernández *et al.*, 2014).

El instrumento que mayor utilidad tiene dentro de la categoría encuesta es el cuestionario. Viene a ser el instrumento de recojo de datos más empleados de una investigación y permite llegar a un mayor número de participantes y facilita el análisis de cuestiones que están en el planteamiento del problema, este instrumento se aplicó a personal de la empresa como a los clientes. También se hizo uso de la guía de entrevista, porque permitió recoger información de manera más práctica en los distintos procesos de la cadena de distribución que apoyados del

anterior instrumento, complementaron la información necesaria. Se aplico a los trabajadores involucrados en la cadena de distribución.

### **3.5.2. TÉCNICA PARA EL ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS**

Mediante la estadística descriptiva se pudo clasificar, calcular, analizar y resumir la información obtenida de forma sistemática a través de los instrumentos con el propósito de describir la variable de estudio, de manera que puedan leer e interpretar rápidamente los resultados y facilitar su comprensión. Para analizar la información se hizo uso de herramientas informáticas como SPSS Statistics 25 y Microsoft Excel.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS

#### 4.1. RESULTADOS DESCRIPTIVOS

##### ***ENTREVISTA AL PERSONAL DE EMPRESA MOLITALIA SEDE TARMA***

###### **Pregunta 1**

*¿De qué manera se genera la orden de pedidos?*

La forma de cómo se genera la orden de pedidos en la empresa Molitalia sede Tarma inicia con la preventa a través de un aplicativo móvil donde se ingresa el pedido del cliente en tiempo real considerando los stocks y precios de los productos actualizados, en caso de aceptación se llevará a cabo la transferencia y ejecución de pedidos para los repartos, ya sean locales e interprovinciales; cabe mencionar que el registro de actividades se da en el módulo para la generación de pedidos dentro del Sistema SAP, la captura del pool de pedidos se puede visualizar en la figura 5.

Algunas dificultades que se han presentado son cuando se duplican los pedidos y algunos no incluyen datos necesarios para la identificación del cliente.

Esta actividad se lleva a cabo en el área de facturación y despacho (Almacén), se realiza a diario y se ejecuta con:

- Selección de pedidos del pool de despacho de acuerdo a la zona geográfica.
- Se genera la lista de carga, se selecciona la mercadería y se traslada a la zona de carga.
- Se asigna el transporte en una planilla y se carga la mercadería al camión de reparto.
- Se emite las guías de transporte, con sus respectivas boletas o facturas.
- Se imprime la lista de cobranza, generada por cada boleta o factura asignado, de acuerdo a la planilla de transporte.

- Se liquida la planilla de cobranza generada por cada boleta o factura asignado, de acuerdo a la planilla de transporte, para tener un kardex de registro por cada ruta.

**Figura 5**

*Entrega de salida a cargar*

Entrega	CLIENTE	Fe. entrega	Destino	Sum. de mercaderías	BOLSA	PRECIO	PRECIO TOTAL	VOLUMEN	Liquidación	
200931888	ZF01	12.11.2022	150390	CASA TRALDO ETALCO	150390	4123	51.124	97.914	117.131	MOLITALIA
200931889	ZB00	12.11.2022	214725	LEON ESCOBAR TORRES	214725	4123	120.494	159.722	1.119.950	MOLITALIA
200931891	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	276.500	391.020	2.222.982	MOLITALIA
200931894	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931895	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931896	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931897	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931898	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931899	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931900	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931901	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931902	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931903	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931904	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931905	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931906	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931907	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931908	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931909	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931910	ZF01	12.11.2022	44101	LIAMCO CAMPOS DOMINGA	44101	4123	750.000	760.500	900.430	MOLITALIA
200931911	ZB00	12.11.2022	208497	PEREZ VEGA ALBERTO	208497	4123	350.000	354.39	920.500	MOLITALIA
200931912	ZB00	12.11.2022	208497	PEREZ VEGA ALBERTO	208497	4123	1.000.000	1.007.472	1.030.444	MOLITALIA
200931913	ZF01	11.11.2022	240264	TORRES SAC	240264	4123	26.844	36.093	132.466	MOLITALIA
200931914	ZB00	11.11.2022	257011	TORRES TICA KATHERINE VA	257011	4123	116.400	118.754	377.246	MOLITALIA
200931915	ZB00	11.11.2022	257011	TORRES TICA KATHERINE VA	257011	4123	86.074	91.264	322.500	MOLITALIA
200931916	ZB00	11.11.2022	257011	TORRES TICA KATHERINE VA	257011	4123	45.601	53.055	149.727	MOLITALIA
200931917	ZB00	11.11.2022	257011	TORRES TICA KATHERINE VA	257011	4123	48.177	50.372	119.905	MOLITALIA
200931918	ZB00	11.11.2022	257011	TORRES TICA KATHERINE VA	257011	4123	80.580	102.003	300.110	MOLITALIA
200931919	ZB00	11.11.2022	230999	VILLALBA EGAS RICARDO	230999	4123	99.434	112.797	447.034	MOLITALIA
200931920	ZB00	11.11.2022	230999	VILLALBA EGAS RICARDO	230999	4123	38.764	41.202	170.014	MOLITALIA
200931921	ZB00	11.11.2022	230999	VILLALBA EGAS RICARDO	230999	4123	24.132	24.809	124.577	MOLITALIA
200931922	ZB00	12.11.2022	230999	VILLALBA EGAS RICARDO	230999	4123	3.900	4.414	11.604	MOLITALIA
200931923	ZB00	12.11.2022	230999	VILLALBA EGAS RICARDO	230999	4123	13.300	15.723	62.474	MOLITALIA
200931924	ZF01	11.11.2022	250914	ZORRILLA CARMENITA ENRIETA	250914	4123	33.274	37.313	61.435	MOLITALIA
200931925	ZF01	12.11.2022	250914	ZORRILLA CARMENITA ENRIETA	250914	4123	9.44	6.232	42.050	MOLITALIA
200931926	ZF01	11.11.2022	211214	ZORRILLA CARMENITA ENRIETA	211214	4123	120.282	148.054	717.429	MOLITALIA
200931927	ZF01	12.11.2022	244101	ORFEO SANTOS RIVERA ADELAR	244101	4123	2.905.073	2.449.191	7.335.044	MOLITALIA
200931928	ZF01	11.11.2022	44102	CHARRASCA VALCONDO MARY	44102	4123	419.200	464.762	3.424.740	PEREIRA
200931929	ZB00	12.11.2022	241478	DE LA CRUZ CAMPO MARY CR	241478	4123	44.434	77.444	619.712	PEREIRA
200931930	ZF01	10.11.2022	217524	IMPERATRIZ R. LAMBA EI	217524	4123	11.900	12.444	50.792	PEREIRA
200931931	ZF01	12.11.2022	240515	POZO GRAY TERESA VICTORIA	240515	4123	29.248	21.324	79.718	PEREIRA
200931932	ZF01	12.11.2022	244104	ARCHIBALDO OLIVEROS ADE	244104	4123	345.490	345.332	978.032	PEREIRA
200931933	ZF01	11.11.2022	149728	FLORIAN REZA LIZ FABIOLA	149728	4123	120.000	122.235	308.230	SANTO
200931934	ZF01	11.11.2022	242331	HERNAN SAC	242331	4123	79.100	85.100	229.200	SANTO
200931935	ZF01	11.11.2022	242331	HERNAN SAC	242331	4123	47.700	41.171	982.460	SANTO
200931936	ZF01	11.11.2022	242331	HERNAN SAC	242331	4123	11.104	34.878	149.309	SANTO
200931937	ZF01	11.11.2022	242331	HERNAN SAC	242331	4123	24.477	27.444	109.627	SANTO
200931938	ZF01	11.11.2022	242331	HERNAN SAC	242331	4123	29.200	37.119	171.110	SANTO
200931939	ZF01	12.11.2022	207042	IMPERATRIZ R. LAMBA EI	207042	4123	102.404	117.474	494.071	SANTO

Nota. Captura de imagen de sistema SAP.

**Pregunta 2**

*¿De qué manera se desarrolla la planificación de la demanda?*

La planificación de la demanda en la empresa Molitalia sede Tarma inicia con la generación y selección de pedidos del pool de despacho de acuerdo a la zona geográfica, ya sean estos locales o interprovinciales, luego se genera la lista de carga, se selecciona la mercadería y se traslada a la zona de carga en donde se asigna el transporte en una planilla y se carga la mercadería al camión de reparto, luego se emite las guías de transporte las cuales serán asignadas a los conductores para entregar a los clientes, cada guía acompañado con sus respectivas boletas o facturas para posteriormente imprimir la lista de cobranza, generada por cada boleta o factura asignado, de acuerdo a la planilla de transporte.

Actualmente la empresa utiliza el sistema SAP ERP (empresa que provee software para la gestión de los procesos en las empresas), que permite poder hacer más eficiente la gestión de planificación de pedidos en la cual se registra la fecha de solicitud de mercancías, el nombre del cliente, la ruta, el destino

de los productos, el volumen de la mercancía, entre otros. En la figura 6 se muestra la captura del sistema de gestión de pedidos (operaciones de pronto envío), así como las entregas de salida a cargar.

**Figura 6**

*Operaciones de pedido*

Semá	CVC	Destinat	Sal.mercancías	Cuenta	Nombre 1	Ruta	Denominación	Debito	Peso bruto	Volumen Pkx	Ofic.uta	Cde
2801	257474	10.11.2022	109514522	CALLAN ALBERTES MORGAN KARINA	PK1000	Tarma-Chanchamayo	Chanchamayo	182,912	404,653	4123	3R	FALCA 573
2801	211153	10.11.2022	109514512	MALLQUI QUICHUA MARCOS	PK1000	CHANCHAMAYO	CHANCHAMAYO	18,152	31,232	4123	3R	CALAS ORTENCAS M2 E LT 9
2801	262340	10.11.2022	109515113	BAQUERO VIGARIO ELVIS	PK1000	CHANCHAMAYO	CHANCHAMAYO	277,112	752,409	4123	3R	SN
2801	191895	10.11.2022	109515332	LACCTAS GONZALES ROSSI MARLENE	PK1000	Chanchamayo	Chanchamayo	1,436,352	7,128,643	4123	4173	AV MANUEL PRITO SN
2801	199192	10.11.2022	109514531	BUENIDA PAVANO NORDES ELADIO	PK1000	CHANCHAMAYO	CHANCHAMAYO	196,396	969,638	4123	4173	PROL TARRA SN URB LA MERCED
2801	212362	10.11.2022	109514614	ZAPATA DE HUANCHAGO QUIROGA	PK1000	CHANCHAMAYO	CHANCHAMAYO	128,651	649,911	4123	4173	3R ANACONDO SN
2801	146360	10.11.2022	109514624	TODO GLOSOBRAS SAC	PK1000	CHANCHAMAYO	CHANCHAMAYO	173,439	716,790	4123	4173	PROL TARRA 127 URB LA MERCED
2801	146360	10.11.2022	109514627	TODO GLOSOBRAS SAC	PK1000	CHANCHAMAYO	CHANCHAMAYO	48,299	341,412	4123	4173	PROL TARRA 127 URB LA MERCED
2801	146360	10.11.2022	109514628	TODO GLOSOBRAS SAC	PK1000	CHANCHAMAYO	CHANCHAMAYO	804,938	4,624,272	4123	4173	PROL TARRA 127 URB LA MERCED
2801	182944	12.11.2022	109521617	VELASQUE CIBREY JUAN SANTOS	PK1000	CHANCHAMAYO	CHANCHAMAYO	207,344	723,756	4123	4173	AV PAMPA DEL CARNEN NRO 82
2801	82508	12.11.2022	109521625	PALACIOS GAMARRA ROSS MORGAN	PK1000	CHANCHAMAYO	CHANCHAMAYO	220,906	973,641	4123	4173	CA LOS RAMBUES 171 SAN RAMON
Tarma-Chanchamayo								3,686,572	19,345,148			
Tarma-Chanchamayo								+ 18,056	+ 38,560			
Tarma-Huancayo								+ 1,974	+ 25,973			
Tarma-Huancayo								+ 246,442	+ 744,408			
Tarma-La Oroya								+ 188,53	+ 495,212			
Tarma-La Unión								+ 2,535,624	+ 3,271,304			
Tarma-Muzaman								+ 131,678	+ 741,411			
Tarma-Ouapampa								32,119	261,189	4123	4173	3R BOLOSRESI 282
Ouapampa								752,807	2,695,901	4123	4173	3R MULLENBRUCK S/N URB OUAPAMPA
OUAPAMPA								2,633	14,807	4123	4173	3R GRAU SN
OUAPAMPA								91,122	455,195	4123	4173	3R HAYER SN
Ouapampa								291,365	597,399	4123	4173	3R THOMAS SCHULS SN
OUAPAMPA								146,554	736,500	4123	4173	3R GRAU SN
OUAPAMPA								79,687	357,630	4123	4173	3R GRAU SN
OUAPAMPA								11,243	71,145	4123	4173	3R BOLOSRESI S/N URB OUAPAMPA
OUAPAMPA								127,086	370,746	4123	4173	AV MULLENBRUCK CDMA 03
OUAPAMPA								282,46	1,212,445	4123	4173	3R MULLENBRUCK S/N
Ouapampa								795,50	6,616,560	4123	4173	3R MULLENBRUCK S/N URB OUAPAMPA
OUAPAMPA								91,108	30,187	4123	4173	3R MULLENBRUCK S/N
Tarma-Ouapampa								+ 2,641,341	+ 12,818,735			
Tarma-Panglo								+ 12,518	+ 59,323			
Tarma-Richaraca								+ 1,778,829	+ 3,620,181			
Tarma-San Pedro de Cajas								+ 59,461	+ 223,197			
Tarma-San Ramon								25,199	68,400	4123	4173	3R LAS ORQUIDEAS C/ AV EL EJERCITO
SAN RAMON								398,062	1,511,477	4123	4173	3R LEONARDO ALVARDO 223 URB SAN RA
SAN RAMON								377,907	1,568,750	4123	4173	3R APURIMAC 283
SAN RAMON								136,362	411,782	4123	4173	3R JUAN SANTOS ATANALUJA SN
SAN RAMON								2,28	5,830	4123	4173	3R LOS MARIANOS 208
SAN RAMON								499,449	2,432,866	4123	4173	3R LEONARDO ALVARDO 223 URB SAN RA
Tarma-San Ramon								+ 1,429,259	+ 5,499,045			
Tarma-Santa Rosa de S.								+ 563,514	+ 2,623,882			
Tarma-Santa								+ 283,115	+ 1,335,415			
Tarma-Tarma								+ 8,017,242	+ 66,128,840			

Nota. Captura de imagen de imagen del sistema SAP.

### Pregunta 3

*¿Cómo se lleva a cabo el proceso de Almacenamiento?*

La forma de cómo se lleva a cabo el proceso de almacenamiento en la empresa Molitalia sede Tarma, se realiza con los procesos logísticos que facilitan las relaciones entre la producción y el movimiento de los productos, específicamente, los procesos logísticos que debe dirigirse a muchos aspectos de la producción, incluyendo tiempo, costos y calidad para la empresa Molitalia, estos serán:

- Método FIFO, el cual ayuda a controlar el vencimiento de productos perecibles y a no tener obsolescencia en ningún proceso, además se aplica que los primeros productos que entran también serán los primeros en salir.
- Se aplica el Picking para recoger unidades de uno o varios artículos almacenados en distintas ubicaciones, que deben destinarse a la preparación de uno o varios pedidos en la sede Tarma, a lo que conocemos como sistema de almacenaje.

- También se recepciona las guías de remisión con los productos de abastecimiento.
- Se coteja la descripción de la guía con el producto físico que llega en el camión de abastecimiento.
- Se ubica en el almacén los productos de acuerdo a sus categorías y fechas de vencimiento.
- El método y técnica que se utiliza en el almacenamiento están basadas en la aplicación de las BPA (Buenas prácticas de almacenamiento), que la empresa maneja como parte de su proceso logístico en cuanto a almacenamiento.
- Algunas dificultades que se presentaron han sido el vencimiento de mercadería por caducidad y en otras situaciones desabastecimiento debido a factores ajenos a la empresa (huelgas), entre otros.

#### **Figura 7**

*Procedimiento de almacenamiento sistema FIFO*



*Nota.* Trabajos en almacén por operario del montacarga.

#### **Pregunta 4**

*¿Cómo se lleva a cabo el proceso de conservación de productos?*

La forma de cómo se lleva a cabo el proceso de conservación en la empresa Molitalia sede Tarma, actualmente ha implementado mecanismos para

cumplir con la seguridad alimentaria mediante el control de las diferentes reacciones que pueden resultar por alteraciones mecánicas causadas por desgarros y golpes, generalmente producidas en el transporte que surge a la presentación y vida media del producto, por lo que es propicio contar con un almacén seco, en donde el almacenamiento se da de manera ordenada en donde las mercancías permitan su cuantificación, monitoreo de la calidad y realizar trabajos para evitar el deterioro del producto, actualmente la empresa no provee de alimentos que requieran ni refrigeración, ni congelamiento por lo que no se cuentan con este tipo de espacios; lo que si cabe resaltar es que se ha implementado programas de fumigación para evitar la presencia de roedores u otro tipo de insectos que puedan ser agentes contaminantes. Algunas acciones implementadas son:

- Almacén seco para disposición de productos.
- Se utiliza paletas para evitar contactos directos.
- Mantener los pasillos despejados y no dejar en ningún momento obstáculos que sobresalgan de las estanterías.
- Existencia de certificados de fumigación contra roedores y otros insectos.
- Por tratarse de productos secos existe un área con bastante ventilación natural.
- Se han implementado señalizaciones en los diferentes ambientes del almacén para mejorar los procesos de operación.
- El personal que opera en los ambientes cuenta con su respectivo EPP.
- Evitar zonas y puntos de congestión, Molitalia implementó medidas que faciliten la localización y el control de las cantidades almacenadas como: mapas de situación de productos, etiquetas, rotulación de los productos.
- Algunas dificultades que se han presentado son caídas de productos debido a mala manipulación por parte del personal.



## Figura 8

Área de almacén secos en la empresa Molitalia



Nota. Vista de productos en almacén.

## Pregunta 5

*¿Cómo se lleva a cabo el proceso de control de inventarios?*

En la empresa Molitalia el proceso de control de inventario se da a través del conteo físico de todos los productos terminados que se custodia en almacén, esta actividad se lleva a cabo en el área de Almacén y se realiza de manera mensual en donde se ejecuta de la siguiente manera:

- Generación de hojas de conteo de productos en el sistema SAP.
- Verificación a través de códigos de productos y rotulados.
- Conformación de grupos para el conteo físico de los productos (mínimo 2 grupos).
- Cruce de información entre grupos.
- Ingreso de productos en cantidades al sistema SAP.
- Recuento físico (si hubiera diferencia).
- Envío del informe con el resultado del inventario a la Jefatura de Logística.
- Algunas dificultades encontradas pero inmediatas de superar es el conteo de mercadería.



**Figura 9**  
Control de inventarios

Documento	Fecha	Material	Desc. breve material	Unid.	Q. Inv.	Q. Contab.	Diferencia	Difer. por	Difer. por	Eliminado por	N° inventario
144422	12.11.2022	104400	BIDICORO CROCHAM 408	KG	729,000	729,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104404	BIDICORO CAPTON 140X	KG	426,240	426,240	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104404	BIDICORO CAPTON 140X	KG	79,200	79,200	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104409	MARQUILLO OMBREON G	KG	219,240	219,240	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104409	MARQUILLO OMBREON G	KG	144,904	144,904	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104403	CAPCON 120X4027 GR.	KG	16,448	1,294	15,152	KG	128,01		128,01
144422	12.11.2022	104403	CAPCON 120X4027 GR.	KG	5,214	5,214	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104404	COSTA ROSE BOMBON 712	KG	23,232	23,232	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104405	COSTA ROSE BOMBON CAP	KG	28,092	28,092	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104405	COSTA ROSE BOMBON CAP	KG	42,738	42,738	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104411	COSTA VEZIZIO 102302	KG	477,940	477,940	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104411	COSTA VEZIZIO 40 X 5	KG	5,874	5,874	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104414	COSTA VEZIZIO 2424	KG	24,024	24,024	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104405	COSTA VEZIZIO BITTER	KG	9,214	9,214	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104414	COSTA VEZIZIO NICE 128	KG	19,720	19,720	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104417	VEZIZIO ESTACHE RESAC	KG	4,424	4,424	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104423	BOMBONES ORAZ TALEY 1	KG	4,940	4,940	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104429	COSTA CAPELLA 140208	KG	52,800	52,800	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104430	CAPELLA 4012100 GR	KG	50,400	50,400	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104430	CAPELLA 4012100 GR	KG	12,000	12,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104430	CREPITE FORTUNA CHOC	KG	5,004	5,004	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104439	CREPITE OMBREON TR	KG	20,800	20,800	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104439	BIANI CAPE 1401004	KG	414,800	414,800	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104439	CREPITE OMBREON TR	KG	5,380	5,380	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104411	BAITA BOMBALIA TORREI	KG	49,000	49,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104404	INDASHOT GALLETA 24	KG	1,320	1,320	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104409	INDASHOT EN SACCA CA	KG	190,000	190,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104409	INDASHOT EN SACCA CA	KG	78,000	78,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104411	INDASHOT CARAME/CEP	KG	360,000	360,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104411	INDASHOT CARAME/CEP	KG	120,000	120,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104424	INDASHOT CARAME/CEP	KG	214,000	214,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104422	INDASHOT CARAME/CEP	KG	84,000	84,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104423	INDASHOT CARAME/CEP	KG	440,000	440,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104424	INDASHOT POLLO/CEP	KG	14,000	14,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104425	INDASHOT POLLO/CEP	KG	44,000	44,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104426	INDASHOT POLLO/CEP	KG	118,000	118,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104429	INDASHOT ADULTO BADA	KG	40,000	40,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104439	INDASHOT CARAME/CEP	KG	180,000	180,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104432	INDASHOT ADULTO 250	KG	125,000	6,023	118,977	KG	189,49		189,49
144422	12.11.2022	104439	INDASHOT CARAME/CEP	KG	5,004	5,004	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104439	INDASHOT CARAME/CEP	KG	5,000	5,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104434	INDASHOT CARAME/CEP	KG	480,000	480,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104437	INDASHOT CARAME/CEP	KG	18,000	18,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104438	INDASHOT CARAME/CEP	KG	49,000	49,000	0,00	0,00	0,00		0,00
144422	12.11.2022	104438	INDASHOT CARAME/CEP	KG	24,004	23,964	40	KG	369,39		369,39
**					155,932,119	155,707,991	224,128	KG	446,49		446,49

Nota. Captura de imagen del sistema SAP.

**Pregunta 6**

¿Cómo se lleva a cabo el proceso de gestión de stock?

En la empresa Molitalia el proceso de gestión de stock se realiza con un conteo físico de todos los productos que se encuentran en almacén, posterior a ello y de acuerdo a la demanda mensual se tiene un stock disponible y un stock de seguridad en que no cubre más del 10% del total de mercadería, este proceso sólo se lleva a cabo en productos de alta rotación, ya que el indicador del sistema envía una alerta para que se haga nuevamente reposición de mercadería que ingresará a almacén.

Esta actividad se lleva a cabo en el área de Almacén y se realiza de manera semanal para un mejor control.

Se ejecuta de la siguiente manera.

- Generación de hojas de conteo de productos en el sistema SAP de los inventarios disponibles y los de seguridad.
- Conformación de grupos para el conteo físico de los productos (mínimo 2 grupos).
- Cruce de información entre grupos.
- Ingreso de productos en cantidades al sistema SAP al momento de reabastecimiento de mercadería.

- Ingreso a almacén de acuerdo al sistema FIFO.
- Recuento físico (si hubiera diferencia).
- Envío del informe con el resultado del inventario a la Jefatura de Logística.
- Algunas dificultades fueron el sobre stock y el déficit del stock a consecuencias de factores que impidan llegada de mercadería.

Figura 10

Gestión de stocks

Grupo art.	Materia	Texto breve de material	Cnto	Alm.	UMA	SL.LIPE	SL.Disponib	SL.Bloqueado	SL.Total
	800417	NUTRICAN GATOS ATON SARDINA 4X3 KG	4123	4010	BOL	23.667	20.667	0,000	23.667
	800429	NUTRICAN GATOS ATON SARDINA 12 X 450 GR	4123	4010	BOL	11.500	11.500	0,000	11.500
	800642	HTC GATOS ZAFRA ATUN SARDINA 9x3 KG	4123	4010	BOL	0,001	0,001	0,000	0,001
PE08923	800245	ZEUS 15 KG	4123	4010	BOL	9,000	9,000	0,000	13,000
	800877	ZEUS 25KG	4123	4010	BOL	6,000	6,000	0,000	6,000
	800892	ZEUS CACHORROS BK2KG	4123	4010	BOL	18,250	12,250	0,000	18,250
	800893	ZEUS CACHORROS 18KG	4123	4010	BOL	39,000	39,000	0,000	39,000
	800894	ZEUS CACHORROS 25 KG	4123	4010	BOL	105,000	105,000	0,000	105,000
	800895	ZEUS ADULTO BK2KG	4123	4010	BOL	66,250	65,250	0,000	66,250
	800896	ZEUS ADULTO 18KG	4123	4010	BOL	65,000	65,000	0,000	65,000
	800897	ZEUS ADULTO 18KG	4123	4010	BOL	68,000	68,000	0,000	68,000
	800898	ZEUS ADULTO 25KG	4123	4010	BOL	678,000	678,000	0,000	678,000
PE08922	800035	MMASKOT GATOS SALMON ATON 6X3 KG	4123	4010	BOL	37,500	34,500	0,000	37,500
	800036	MMASKOT GATOS POLLO CARNE 6X3 KG	4123	4010	BOL	13,167	12,167	0,000	13,167
	800037	MMASKOT GATTITOS POLLO CARNE 6X3 KG	4123	4010	BOL	21,500	19,500	0,000	21,500
	800038	MMASKOT GATOS POLLO CARNE 9 KG	4123	4010	BOL	79,000	79,000	0,000	79,000
	800039	MMASKOT GATTITOS POLLO CARNE 9 KG	4123	4010	BOL	142,000	142,000	0,000	142,000
	800040	MMASKOT GATOS SALMON ATON 9 KG	4123	4010	BOL	46,000	46,000	0,000	46,000
	800044	MMASKOT GATOS SALMON 4X3 KG	4123	4010	BOL	1,000	2,000	0,000	1,000
	800325	MMASKOT GATTITOS 4X3 KG	4123	4010	BOL	3,000	3,000	0,000	3,000
	800416	MMASKOT GATOS SALMON 12X450 GR	4123	4010	BOL	13,000	13,000	0,000	13,000
	800417	MMASKOT GATTITOS 12X450 GR	4123	4010	BOL	12,750	12,750	0,000	12,750
	800434	MMASKOT GATOS POLLO CARNE 4 X 3 KG	4123	4010	BOL	6,750	6,750	0,000	6,750
	800435	MMASKOT GATOS POLLO CARNE 12X450 GR	4123	4010	BOL	6,500	6,500	0,000	6,500
	800639	MMASKOT GATOS SALMON 9x3 KG	4123	4010	BOL	6,001	6,001	0,000	6,001
PE08921	800228	IVO NUTRICAN CACHORROS20XKG	4123	4010	BOL	8,300	7,300	0,000	8,300
	800229	IVO NUTRICAN CACHORROS BK2KG	4123	4010	BOL	3,000	3,000	0,000	3,000
	800230	IVO NUTRICAN CACHORROS 8 KG	4123	4010	BOL	5,000	5,000	0,000	5,000
	800231	IVO NUTRICAN CACHORROS 15KG	4123	4010	BOL	7,000	7,000	32,000	39,000
	800232	IVO NUTRICAN CACHORROS 25KG	4123	4010	BOL	17,000	17,000	0,000	17,000
	800233	IVO NUTRICAN CACHORROS 12X450GR	4123	4010	BOL	26,000	25,000	0,000	26,000
	800234	IVO NUTRICAN ADULTOS 20XKG	4123	4010	BOL	6,150	7,150	0,000	6,150
	800235	IVO NUTRICAN ADULTOS BK2KG	4123	4010	BOL	4,000	4,000	0,000	4,000
	800236	IVO NUTRICAN ADULTOS 8 KG	4123	4010	BOL	3,000	3,000	1,000	4,000
	800237	IVO NUTRICAN ADULTO 15KG	4123	4010	BOL	73,000	73,000	20,000	93,000
	800238	IVO NUTRICAN ADULTOS 25KG	4123	4010	BOL	172,000	172,000	0,000	172,000
	800239	IVO NUTRICAN ADULTOS 12X450GR	4123	4010	BOL	48,000	47,000	0,000	47,000
	806668	NUTRICAN ADULTOS 20 KG	4123	4010	BOL	6,001	6,001	0,000	6,001
	806632	NUTRICAN ADULTOS 25KG HE	4123	4010	BOL	5,000	5,000	0,000	5,000
PE08920	800132	MMASKOT CACHORRO 12 X 450 GR	4123	4010	BOL	6,001	6,001	0,000	6,001
	800133	MMASKOT CARNE/CEREALES 12 X 450 GR	4123	4010	BOL	22,000	21,000	0,001	22,001
	800203	MMASKOT CACHORROS 4X3 KG	4123	4010	BOL	6,500	6,500	0,000	6,500
	800486	MMASKOT CACHORROS RZ RIZ 12X450GR	4123	4010	BOL	18,667	9,667	0,500	11,167
	800487	MMASKOT CACHORROS RZ PQUEÑAS 25KG	4123	4010	BOL	10,000	10,000	0,000	10,000

Nota. Captura de imagen del sistema SAP.

## Pregunta 7

¿Cómo se lleva a cabo el proceso de preparación de pedidos?

Es el traslado de productos físicos de las diferentes zonas de almacén al camión de reparto para su posterior arribo a los clientes.

Esta actividad se lleva a cabo en el área de Almacén y se realiza diario. Se ejecuta de la siguiente manera.

- Generación de listas de preparación de pedidos (picking), este procedimiento no está automatizado por lo que a la fecha se hace a través del picking manual para ser trasladados los productos a la zona de carga.
- Se generan las ordenes de envío hacia las diferentes zonas en donde están ubicados los clientes.

- Generación de las listas de carga para ser cargados de acuerdo con las zonas de reparto.
- Generación de planillas de transporte y guías de remisión.
- Contacto y coordinación con la empresa de transportes para inicio de carga y despacho.
- Algunas dificultades que se han presentado fueron preparación de pedidos que no correspondían al requerimiento, omitir alguna mercadería al momento de su preparación, estas dificultades fueron superadas en el momento tras haber sido identificadas.

**Figura 11**

*Preparación de pedidos*



*Nota.* Conteo de pedidos previos a carga.

### **Pregunta 8**

*¿Cuán satisfecho se encuentra con los equipos de trabajo asignados en su área de trabajo?*

Los equipos asignados al área de logística son de gran ayuda y han sido adquiridos teniendo en cuenta las necesidades del área, en la actualidad se cuenta con un montacargas para el proceso de almacén de productos que son más pesados, la asignación de EPP's para el personal se renueva anualmente, los materiales y herramientas como estanterías y paletas se muestran en buenas condiciones, por esa parte menciona el personal que no se han presentado inconvenientes, ya que además mencionan que el sistema

SAP que ellos tienen implementado con el que ya vienen trabajando más de 8 años les ha resultado bastante efectivo para llevar a cabo de la mejor manera las gestiones propias de la actividad logística.

Algunas dificultades encontradas fueron:

- Se solicita a gerencia de Lima algunas especificaciones técnicas de los equipos, pero la decisión final de compra de éstos lo hace directamente la oficina central.

### Figura 12

*Equipos de trabajo*



Nota. Montacargas modelo F-30.

### Pregunta 9

*¿Cómo se lleva a cabo el proceso de transporte?*

En la empresa Molitalia, el transporte está tercerizado y el proceso está constituido por entrega de pedidos, y el recojo de los mismos, la cobranza, el transporte y la logística que se da de la siguiente manera:

- Verificación de la conformidad de las boletas, facturas y guías (firma, DNI, nombre) para ser liquidados por transportes.
- Generación de gasto de transporte en el sistema SAP.
- Validación del gasto de transporte (Jefatura de transporte Lima).

- Impresión de la planilla de gastos de transporte; relleno de factura de cada transportista y enviado al área de contabilidad Lima.
- La fuente de información que se utilizó fue la rutina diaria de las actividades en el área de Almacén.
- El método y técnica que se utiliza es el sistema SAP ERP.
- Algunas dificultades que se han presentado fueron la ausencia de unidades por parte de la empresa tercerizada, capacidad de carga y tipo de unidades de acuerdo a la ruta de envío.

**Figura 13**

*Unidades para despacho*



*Nota.* Unidades de empresa tercerizadora.

### **Pregunta 10**

*¿Cómo se lleva a cabo el proceso de planificación de rutas de reparto?*

En la empresa Molitalia sede Tarma la planificación, generación y ejecución de pedidos para los repartos locales e interprovinciales, se lleva a cabo en el área de facturación y despacho (Almacén), y se realiza diario.

Esta se ejecuta de la siguiente manera:

- Selección de pedidos del pool de despacho de acuerdo a la zona geográfica.
- Se genera la lista de carga, se selecciona la mercadería y se traslada a la zona de carga.
- Se asigna el medio de transporte en una planilla, esta tarea se da cuando la solicitud de unidad de transporte tercerizadora pone a disponibilidad las unidades que se encargarán del reparto, posterior a



ello se procede a la carga de la mercadería al camión de reparto, trabajo que lo realizan el personal de almacén con el apoyo del personal de las unidades de transporte.

- Se emite las guías de transporte, con sus respectivas boletas y facturas.
- Se imprime la lista de cobranza, generada por cada boleta o factura asignado, de acuerdo a la planilla de transporte, suele darse el caso en que los clientes anticiparon el pago previo al envío, en situaciones como ella, una vez que se haya corroborado el pago con cobranza se emite la factura correspondiente y se entrega al transportista para que la entregue al cliente.
- La fuente de información y el método que se utiliza es la implementación del sistema SAP ERP.
- Algunas dificultades fueron;
- El envío a determinadas zonas no cubría los gastos mínimos, por ello se tenía que esperar un tiempo para completar con otros puntos de reparto.
- La selección de rutas a consecuencia de bloqueos o mal estado de las vías, situaciones que obligaron a tomar rutas alternas.

**Figura 14**

*Unidades para despacho acorde a las rutas de despacho*



*Nota.* Verificación de carga acorde a la ruta.

## Pregunta 11

*¿Cuáles han sido los procesos de mejora que ha implantado la empresa?*

En la empresa Molitalia sede Tarma se identificaron una serie de inconvenientes a los cuales se presentaron los siguientes procesos de mejora.

- Que antes de la facturación se envía por correo electrónico al área comercial y control administrativo, la relación de pedidos que se facturará y despacharán; para que se verifiquen y así estén correctamente asignados sus descuentos, condiciones de pago y bonificaciones; y así no se generen rechazos en los repartos de pedidos a los clientes.
- Mayor coordinación con el área comercial, este procedimiento por demasiados rechazos de pedidos en los repartos.
- La fuente de información y el método que se utiliza es la implementación del sistema SAP ERP y sus constantes actualizaciones y versiones del sistema:
  - Ayudó a mejorar la atención en almacén y despacho.
  - Mejoró en los procesos de planificación de rutas y de pedidos.
  - Como resultado de la implementación del sistema la mercadería llega a los clientes cuando ellos lo requieren.
- Implementación de racks de acumulación en tres (3) niveles.
- Se gestionó el alquiler de un montacarga para optimizar el tiempo y manipuleo de la mercadería en los procesos de recepción, almacenamiento y despacho de las mismas.

### Figura 15

Planificación del trabajo



*Nota.* Área de logística.

## ENCUESTA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA MOLITALIA SEDE TARMA

### Pregunta 1

¿Cuál sería su valoración respecto al servicio que presta la empresa Molitalia?

**Tabla 4**

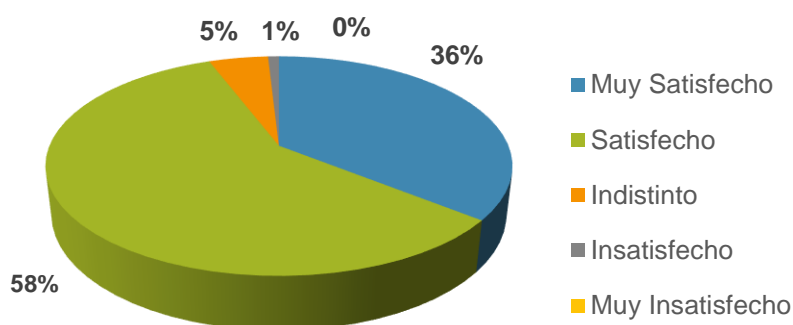
Valoración respecto al servicio que presta la Empresa Molitalia

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	80	36%
Satisfecho	131	58%
Indistinto	11	5%
Insatisfecho	2	1%
Muy Insatisfecho	0	0%
Total	224	100%

Nota. Tomado de la encuesta dirigida a los clientes.

**Figura 16**

Valoración respecto al servicio que presta la Empresa Molitalia



Nota. Tomado de la encuesta dirigida a los clientes.

### Interpretación:

Se observa que un 36% menciona estar muy satisfecho, un 58% satisfecho, un 5% se muestra indistinto, un 1% menciona estar insatisfecho y nadie (0%) ha mencionado estar muy insatisfecho.



## Pregunta 2

¿Ha tenido alguna dificultad o inconveniente con sus pedidos?

**Tabla 5**

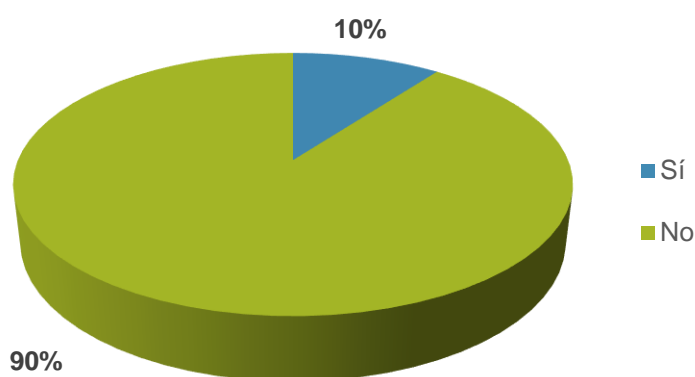
*Dificultad o inconveniente de los clientes con sus pedidos*

	Frecuencia	Porcentaje
Sí	23	10%
No	201	90%
Total	224	100%

*Nota.* Tomado de la encuesta dirigida a los clientes.

**Figura 17**

*Dificultad o inconveniente de los clientes con sus pedidos*



*Nota.* Tomado de la encuesta dirigida a los clientes.

### Interpretación:

Se observa que un 90% menciona no haber tenido inconveniente alguno, mientras que un 10% menciona que sí, como la carga incompleta, la demora en la entrega de los pedidos y la presencia de daños físicos en los pedidos son los problemas más relevantes para los clientes.

### Pregunta 3

¿Qué recomendaría mejorar o implementar en la empresa Molitalia?

**Tabla 6**

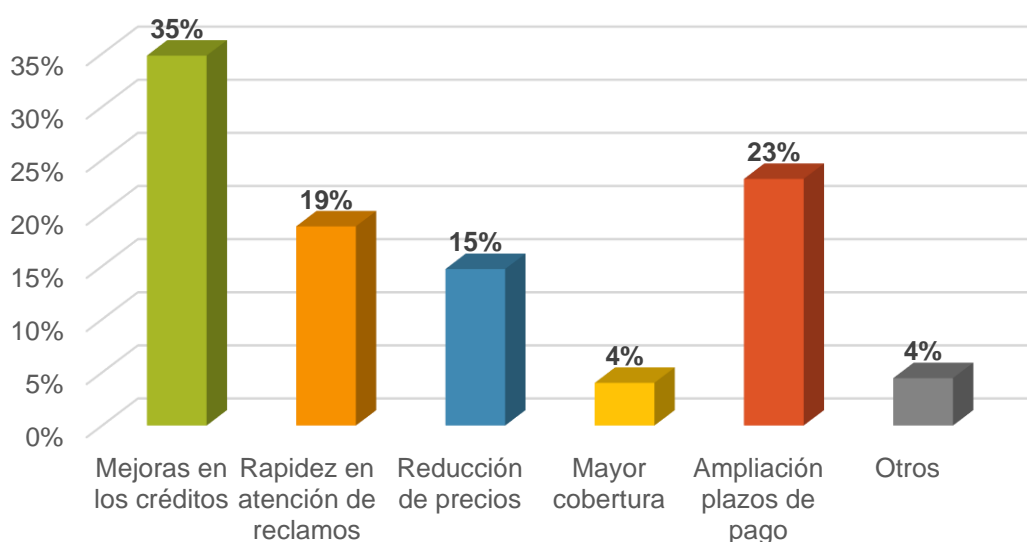
*Mejoras o implementaciones en la Empresa Molitalia*

	Frecuencia	Porcentaje
Mejoras en los créditos	78	35%
Rapidez en atención de reclamos	42	19%
Reducción de precios	33	15%
Mayor cobertura	9	4%
Ampliación plazos de pago	52	23%
Otros	10	4%
Total	224	100%

*Nota.* Tomado de la encuesta dirigida a los clientes.

**Figura 18**

*Mejoras o implementaciones en la Empresa Molitalia*



*Nota.* Tomado de la encuesta dirigida a los clientes.

#### Interpretación:

Se observa que un 35% recomienda mejoras en los créditos, un 19% rapidez en la atención ante reclamos, un 15% recomienda reducción de precios, un 4% mayor cobertura, un 23% ampliación de plazos de pago y otro 4% otras recomendaciones. Todas estas recomendaciones lo analizan conjuntamente la gerencia y el área logística y toman decisiones para poder orientarse a la mejora continua.

## CAPÍTULO V

### DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Aviles y Góngora (2017) en su investigación mencionan que actualmente la mayoría de las empresas lo que buscan es reducir costos, pero sin dejar de lado la parte de la calidad de servicio, ni de producto; y una manera de conseguir ello es a través de la mejora de los procesos y más aún ahora con la implementación de herramientas tecnológicas que ayudan a optimizar dichos procesos para hacer más eficiente las tareas, ante ello también de valida dicha conclusión pues en la empresa Molitalia también se busca optimizar costos, la implementación con el sistema SAP ha mejorado los procesos de gestión logística y el personal a cargo del área da fe de ello, si bien es cierto no ha sido posible su total implementación con tecnología como lo pueden haber en otras empresas. Asimismo, el estar en constante proceso de mejora conlleva a la necesidad de saber qué es lo que los clientes buscan y esperan encontrar en su proveedor, estos análisis de información han permitido a la empresa mejorar sus procesos de manera continua. Referente a la comunicación los autores Aviles y Góngora (2017) hablan sobre la buena comunicación que debe existir entre las diferentes áreas pues en efecto reafirmamos esa posición pues las áreas aunque puedan trabajar de manera independiente una y otras no dejan de estar en constante comunicación que es la base para lograr que toda la gestión se lleve de la mejor manera, por citar un ejemplo, en la empresa Molitalia sede Tarma existe bastante comunicación con el área comercial pues ellos son quienes están abocados al sistema de pagos, créditos y en función a ellos existe conocimiento veraz sobre los tipos de clientes a los que se presta servicio.

En los resultados encontrados por Porras (2020) se menciona que la empresa Corpora La Regional S.R.L. se encuentra en un nivel promedio de efectividad con relación a la gestión, pues atendiendo a las razones y hallazgos que el autor encontró, determina que los procesos no siempre tienen que ser estáticos, estos incluso llegan a ser muy variables a medida que se implementan en el mercado nuevas alternativas que permitan efectivizar la gestión e incluso también se ven estos afectados a razones que

no son propias de la gestión misma sino del escenario al que la empresa se ve enfrentado, lo cual asumimos también como válido dicha apreciación pues en el caso de la empresa Molitalia por ejemplo fue muy acertada la implementación del sistema SAP, ya que se ha logrado mejoras en la gestión como el control de inventarios, la gestión del stock, las órdenes de pedido entre otros, es decir en toda la parte de la cadena de distribución y esto lo podemos verificar con los índices de satisfacción de los clientes, resultados también hallados con Barrantes y Paz (2019), pero si bien es cierto aunque existen altos índices de clientes contentos con el servicio aún queda un porcentaje que se necesita atender y esto no se debe de pasar por alto pues la política de la empresa es tener la mayor cobertura de clientes dentro del ámbito de ejercicios de operaciones de la empresa.

Porras (2020) menciona también que se han encontrado deficiencias en la gestión de datos repetidos en los pedidos, ausencia de políticas claras de compra, ante ello podemos mencionar que en efecto toda empresa no podrá cubrir al 100% una gestión sin que se puedan presentar deficiencias así también lo menciona Barrantes y Paz (2019) , Reyes (2019) entre otros; pero estas no deben llevar a mayores situaciones que pongan en riesgo toda la gestión, sino buscar soluciones inmediatas antes ellas, en muchas situaciones se mencionaba que existen factores ajenos que no forman parte de la gestión de la empresa, pero que a consecuencia de ellas repercute en la gestión como la estabilidad social, por ejemplo las huelgas de los gremios de transportistas o de la sociedad civil dificultan y pueden entorpecer el normal desarrollo de actividades y en muchas ocasiones hasta tomar acciones de mayor alcance como lo recalca también Puente (2017); algunos clientes no llegan a comprender a la empresa por la situación que se ve afectada, pero es necesario una efectiva comunicación con los ellos para buscar alternativas de solución ante estas dificultades.

A diferencia de los resultados hallados por Barrantes y Paz (2019) en la que sus hallazgos mencionan que en la administración de inventarios se detectó una inadecuada gestión pues aún falta mejorar actividades como el control de inventarios que no se muestra muy ordenado, así como también el registro con información para los clientes de los productos que se ofrecen, situaciones como están han sido superadas; en el caso de la empresa

Molitalia sede Tarma, como se mencionaba que posterior a la implementación del sistema SAP se ha podido superar estas deficiencias que en cualquier empresa que desarrolle actividades logísticas se pueden presentar; con referencia a la gestión de almacenes Barrantes y Paz (2019), así como Chipana y Neyra (2021) mencionan que la gestión de almacenes en sus respectivas empresas donde llevaron a cabo sus estudios se mostraron en buenas condiciones a excepción de lo hallado por Reyes (2019), en el caso de Barrantes menciona que una de las deficiencias encontradas es el reducido espacio del almacén el que no ayuda a distribuir en los estantes los productos de manera más eficiente, en el caso de la empresa Molitalia es lo contrario, pues esta si cuenta con un amplio espacio y con las condiciones necesarias para el almacenamiento de productos; asimismo, la implementación de las buenas prácticas de almacenamiento ha permitido mejorar los procesos de almacenamiento, por esa parte no se han presentado mayores inconvenientes. Además la ubicación estratégica del almacén permite fácil acceso a las unidades de carga, de igual manera la implementación de programas de lucha contra roedores ha servido para que la presencia de estos no se vea afectado en la mercadería, cabe mencionar que la estructura y acondicionamiento son las más óptimas, pues los almacenes deben tener características especiales de acuerdo al producto que se almacena en ellos, a diferencia de Barrantes y Paz (2019) en cuya investigación advierte que los sistemas de almacenamiento no son los más adecuados puesto que ellos comercializan con productos perecibles incluso éstos deberían tener sistemas de refrigeración más adecuados para extender la vida de sus productos.

## CONCLUSIONES

1. El proceso de planificación en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022 se lleva a cabo en dos procesos: la planificación de la demanda y la generación de pedidos se gestionan a través del sistema SAP; dichos procesos han contribuido de manera favorable la gestión de la cadena.
2. El proceso de almacenamiento y conservación en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022 se lleva a cabo en dos procesos: el almacenamiento y la conservación, se han implementado las BPA para mejora de los procesos que han contribuido de manera favorable la gestión de la cadena.
3. El proceso de inventarios en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022 se lleva a cabo en dos procesos: el control de inventarios y el stock ambos se gestionan a través del sistema SAP; se han presentado deficiencias como ruptura de stock por factores externos que fueron superados.
4. El procesamiento de pedidos en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022 se lleva a cabo en dos procesos identificados dentro de la cadena de distribución: la preparación de pedidos y el despacho ambos se gestionan a través del sistema SAP.
5. El proceso de transporte y planificación de rutas de reparto en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022 se lleva a cabo en dos procesos: la asignación de medio de transporte y la planificación de rutas, en cuanto al primero el servicio se encuentra tercerizado y el segundo se gestiona a través del sistema SAP, se han presentado deficiencias por factores externos como huelgas por actores sociales que fueron superados
6. La información dentro de la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022 considera dos acciones: medir la satisfacción del cliente y la implementación de procesos de mejora en el primero se lleva a cabo a través de encuestas y el segundo a través de planes de mejora.

## RECOMENDACIONES

1. Mantener a los clientes sin deuda, para que al momento de ingresar el pedido pueda ser aprobado y a la vez planificado para su despacho en el día pactado con la clientela.
2. Continuar con la aplicación de las BPA y la demarcación de zonas para mejorar la eficiencia en el proceso de almacenamiento, así como la implementación de más estanterías que puedan servir para aprovechar los espacios en el almacén.
3. Integrar al sistema SAP el lector digital para optimizar los procesos de conteo e identificación de mercancía en el área de almacén.
4. Seguir capacitando al personal a cargo del manejo del sistema SAP, ya que esta herramienta está en constante actualización.
5. Implementar o solicitar a la empresa tercerizada con sistemas de monitoreo GPS para mejorar y optimizar los tiempos de llegada a destino, así como para garantizar la seguridad de las unidades.
6. Implementar con aplicativos móviles que permitan mejorar el proceso de recolección de información para medir niveles de satisfacción de los clientes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Amorín, E. (2019). *BPA - Buenas Prácticas de Almacenamiento*. LinkedIn.  
<https://www.linkedin.com/pulse/bpa-buenas-pr%C3%A1cticas-de-almacenamiento-emilio-jos%C3%A9-amor%C3%ADn-g%C3%B3ngora/?originalSubdomain=es>
- Arbones, E. (2009). *Logística empresarial*. Marcombo.
- Arilla, S. (2021). *¿Cómo distribuir la mercancía en un almacén de forma inteligente? Conoce qué es el slotting*. SCM Expertos en logística.  
<https://www.scmlogistica.es/como-distribuir-almacen-que-es-el-slotting/#:~:text=Se%20llama%20slotting%20a%20la,tenga%20en%20cuenta%20distintas%20variables>.
- Aviles, J., y Góngora, I. (2017). *Análisis y diseño de una solución para la gestión de la cadena de distribución* [Tesis de pregrado, Escuela Superior Politécnica del Litoral]. Repositorio Institucional.  
<http://www.dspace.espol.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/123456789/40618/D-84738.pdf?sequence=-1&isAllowed=y>
- Ballou, R. (2004). *Logística: Administración de la cadena de suministro*. Pearson education.  
[https://laclasseotblog.files.wordpress.com/2018/05/logistica\\_administracion\\_de\\_la\\_cadena\\_de\\_suministro\\_5ta\\_edicion\\_-\\_ronald\\_h\\_ballou.pdf](https://laclasseotblog.files.wordpress.com/2018/05/logistica_administracion_de_la_cadena_de_suministro_5ta_edicion_-_ronald_h_ballou.pdf)
- Barrantes, D., y Paz, D. (2019). *La gestión logística en la empresa Dulcería y Pastelería DAYLU, Pacasmayo 2019* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional.  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/44718/Barrantes\\_GDA-Paz\\_RDE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/44718/Barrantes_GDA-Paz_RDE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Bendek, C., y Areo, A. (2018). *Estudio sobre el Nivel de Satisfacción Laboral en los Trabajadores del Banco Caja Social Sucursales Las Aguas y Avenida 19 Bogotá D.C.* [Tesis de pregrado, Universidad Santo Tomás]. Repositorio institucional.  
<https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/15348/2018camilobendek.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Boero, C. (2020). *Introducción a la logística*. Universitas.



- Cano, L., Molina, V., y Corona, E. (2018). La satisfacción del cliente basada en la calidad del servicio a través de la eficiencia del personal y eficiencia del servicio: un estudio empírico de la industria restaurantera. *Revista de Estudios de Contaduría, Administración e Informática*, 7(18). <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968306002/637968306002.pdf>
- Carmona, L. (2016). El enfoque logístico en el sistema de gestión empresarial de las Cooperativas no Agropecuarias. *Revista Cooperativismo y Desarrollo*, 4(2), 102-109. <https://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/126/282>
- Carreño, A. (2018). *Cadena de suministro y logística*. Fondo Editorial de la PUCP.
- Castellanos, A. (2021). En *Logística comercial internacional*. Uninorte.
- Castro, G. (2021). *Administración Logística*. Editorial Académica Española.
- Chipana, A., y Neyra, N. (2021). *Cadena de distribución y las ventas de la empresa distribuidora Perufarma S.A. – distrito de San Miguel - Lima, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/82801/Chipana\\_QA-Neyra\\_CNB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/82801/Chipana_QA-Neyra_CNB-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Chopra, S., y Meindl, P. (2008). *Administración de la cadena de suministro*. Pearson educación. <http://up-rid2.up.ac.pa:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/1340/Administraci%C3%B3n%20de%20la%20cadena%20de%20suministro.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Duque, E. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Innovar, Revista de Ciencia Administrativas y Sociales*, 15(25), 64-80. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81802505.pdf>
- Erengüç, Ş., Simpson, N., y Vakharia, A. (1999). Integrated production/distribution planning in supply chains: An invited review. *Revista European journal of operational research*, 115(2), 219-236. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0377221798902995>

- Gasbarrino, S. (2022). *¿Qué es un inventario? Concepto, tipos y ejemplos*. HubSpot. <https://blog.hubspot.es/sales/que-es-inventario>
- Guerrero Alberca, G. (2018). *Mejora del proceso de inventarios de almacén en la planificación de compra, entrega y reposición de equipos de protección personal en una empresa del sector portuario* [Tesis de pregrado, Universidad de Piura]. Repositorio Institucional. [https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3745/TSP\\_AE\\_031.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3745/TSP_AE_031.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. Mc Graw Hill.
- Iglesias, A. (2016). *Distribución y logística*. ESIC editorial.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Marketing*. México: Pearson.
- Lobato, F. (2013). *Gestión logística y comercial*. Macmillan Iberia S.A.
- López, V. (2008). *Gestión eficaz de los procesos productivos*. Directivos.
- Manrique, M., Teves, J., Taco, A., y Flores J. (2019). Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1135-1143. <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051009/29062051009.pdf>
- Martínez, F., y Maraver, G. (2009). *Distribución comercial*. Delta Publicaciones.
- Martínez, P., y Moyano, J. (2011). Lean Production y gestión de la cadena de suministro en la industria aeronáutica. *Revista Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 17(1), 137-157. <https://www.redalyc.org/pdf/2741/274119499006.pdf>
- Mira, J. (2022). *Preparación de pedidos en el almacén*. Forklifts. <https://blog.toyota-forklifts.es/preparacion-de-pedidos-almacen>
- Mora, L. (2008). *Indicadores de la gestión logística*. Ecoe Ediciones. [https://www.fesc.edu.co/portal/archivos/e\\_libros/logistica/ind\\_logistica.pdf](https://www.fesc.edu.co/portal/archivos/e_libros/logistica/ind_logistica.pdf)
- Morillo, M. C., y Morillo, M. C. (2016). Satisfacción del usuario y calidad del servicio en alojamientos turísticos del estado Mérida, Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales*, 22(2), 111-131. <https://www.redalyc.org/journal/280/28049145009/html/>

- Pelaes, O. (2010). *Relación Entre El Clima Organizacional y la Satisfacción del Cliente* [Tesis doctoral, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional. [http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/1140/Pelaez\\_lo%282%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/1140/Pelaez_lo%282%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Piedra, M., Banegas, C., y Castillo, Y. (2021). Modelo de optimización de la cadena de distribución de la agricultura familiar campesina en las parroquias Quingeo y Santa Ana del Cantón Cuenca. *Revista Conciencia Digital*, 4(2), 114–134. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v4i2.1630>
- Pires, S., y Carretero, L. (2012). *Gestión de la cadena de suministros*. McGraw-Hill.
- Pokrovskaya, O. (2020). *Logística: Teoría y práctica*. Scienza Scripts.
- Porras, N. (2020). *Plan de mejora del proceso logístico de distribución en la Empresa Corpora La Regional SRL Huancayo - Junín - 2020* [Tesis de pregrado, Universidad Continental]. Repositorio Institucional. [https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9148/4/V\\_FIN\\_108\\_TI\\_Porras\\_Arauco\\_2020.pdf](https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9148/4/V_FIN_108_TI_Porras_Arauco_2020.pdf)
- Puente, E. J. (2017). *La gestión logística y el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes, del distrito San Miguel de Cauri 2017* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional. [http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/495/POLIN\\_O%20PUENTE%2c%20EMERSON%20JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/495/POLIN_O%20PUENTE%2c%20EMERSON%20JUNIOR.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Pulido, J. (2014). *Gestión de la Cadena de Suministros. El último secreto*. Torino. <https://docplayer.es/430362-Gestion-de-la-cadena-de-suministros-el-ultimo-secreto.html>
- Quiroa, M. (2020). *Cliente*. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>
- Reyes, R. (2019). *Cadena de suministro del área logística de la ferretería Ferrenorte, periodo de marzo a octubre del 2019* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte]. Repositorio Institucional. <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/23587/Russman%20Reyes%20Reyes.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

- Rojas, M., Guisao, E., y Cano, J. (2011). *Logística integral*. Ediciones de la U.
- Sánchez, J. (2015). *Método de valoración FIFO*. Economipedia.  
<https://economipedia.com/definiciones/metodo-de-valoracion-fifo.html>
- SAP (2020). *¿Qué es ERP?*. SAP Insight.  
<https://www.sap.com/latinamerica/insights/what-is-erp.html>
- Tobalina, N. (2014). *Marketing y logística: dos caras de una misma moneda*. Deusto. <https://blogs.deusto.es/tequieromarketing/marketing-y-logistica-dos-caras-de-una-misma-moneda-by-naiara-tobalina/#:~:text=Philip%20Kotler%2C%20una%20de%20las,con%20las%20exigencias%20de%20los>

### **COMO CITAR ESTE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN**

Zavala Lopez, D. (2023). *Cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022* [Tesis de pregrado, Universidad de Huánuco]. Repositorio Institucional UDH. <http://...>

## **ANEXOS**

## Anexo 1: Matriz de consistencia

### Título: “CADENA DE DISTRIBUCIÓN EN LA EMPRESA MOLITALIA SEDE TARMA – 2022”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
<p><b>General</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cómo se lleva a cabo la gestión de la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022?</li> </ul> <p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cómo se lleva a cabo el proceso de planificación en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022?</li> <li>¿Cómo se lleva a cabo el proceso de almacenamiento y conservación en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022?</li> <li>¿Cómo se lleva a cabo el proceso de inventarios en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022?</li> <li>¿Cómo se lleva a cabo el procesamiento de pedidos en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022?</li> </ul>	<p><b>General</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Describir cómo se lleva a cabo la gestión de la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022.</li> </ul> <p><b>Específicos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Describir cómo se lleva a cabo el proceso de planificación en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022.</li> <li>Describir cómo se lleva a cabo el proceso de Almacenamiento y conservación en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022.</li> <li>Describir cómo se lleva a cabo el proceso de inventarios en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022.</li> <li>Describir cómo se lleva a cabo el procesamiento de pedidos en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022.</li> </ul>	Cadena de distribución	Planificación Almacén y conservación Inventarios Procesamiento de pedidos	Generación de pedidos Planificación de la demanda Almacenamiento Conservación Control de Inventarios Stock Preparación de pedidos Expedición o despacho Medios de Transporte	<p><b>Tipo:</b> Aplicada (Hernández <i>et al.</i>, 2014).</p> <p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo (Hernández <i>et al.</i>, 2014).</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo (Hernández <i>et al.</i>, 2014).</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental de corte transversal (Hernández <i>et al.</i>, 2014).</p> <p><b>Población:</b> Población 01: 06 Trabajadores de la empresa Molitalia sede Tarma.</p>

- ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de transporte y planificación de rutas de reparto en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022?
- ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de información en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022?
- Describir cómo se lleva a cabo el proceso de transporte y planificación de rutas de reparto en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022.
- Describir cómo se lleva a cabo el proceso de información en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma – 2022.

Transporte y planificación de rutas de reparto	Planificación de rutas	<u>Población 02:</u> 532 clientes de la empresa Molitalia sede Tarma.
	Procesos de mejora	<b>Técnica:</b> Encuesta y Entrevista.
Información	Niveles de satisfacción	<b>Instrumento:</b> Cuestionario y Guía de Entrevista. <b>Técnica de Procesamiento de datos:</b> Microsoft Excel, SPSS.

## Anexo 2 Instrumentos de recolección de datos

### ENTREVISTA AL PERSONAL DE EMPRESA MOLITALIA SEDE TARMA

Objetivo: Recabar información referente a los distintos procesos en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede tarma – 2022.

Lugar de la entrevista: \_\_\_\_\_  
 Hora Inicio \_\_\_\_\_ Hora Término: \_\_\_\_\_  
 Nombre del entrevistado: \_\_\_\_\_  
 Cargo que desempeña: \_\_\_\_\_  
 ¿Cuánto tiempo viene laborando en la empresa?: \_\_\_\_\_

**INSTRUCCIONES:** Rellene el cuestionario basado en sus tareas y experiencia dentro de la empresa.

1	Podría describir ¿De qué manera se generan la orden de pedidos en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma?
	¿De qué manera se desarrolla la planificación de la demanda en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma?
	¿Qué dificultades se han presentado en estos procesos?
2	Podría describir ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de Almacenamiento en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma?
	Podría describir ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de conservación en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma?
	¿Qué dificultades se han presentado en estos procesos?
3	Podría describir ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de control de inventarios en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma?
	Podría describir ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de gestión de stock en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma?
	¿Qué dificultades se han presentado en estos procesos?
4	Podría describir ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de preparación de pedidos en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma?
	Podría describir ¿Cuán satisfecho se encuentra con los equipos de trabajo asignados en su área de trabajo?
	¿Qué dificultades se han presentado en estos procesos?
5	Podría describir ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de transporte en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma?
	Podría describir ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de planificación de rutas de reparto en la empresa Molitalia sede Tarma?
	¿Qué dificultades se han presentado en estos procesos?
6	Podría describir ¿Cuál es el nivel de satisfacción del cliente en la cadena de distribución en la empresa Molitalia sede Tarma?
	Podría describir ¿Cuál(s) han sido los procesos de mejora que ha implantado la empresa Molitalia sede Tarma en la cadena de distribución?
	¿Qué dificultades se han presentado en estos procesos?





## ENCUESTA A LOS CLIENTES DE LA EMPRESA MOLITALIA SEDE TARMA

Estimado encuestado: Mucho agradeceré responder la presente encuesta. Sus respuestas serán confidenciales y anónimas, tienen por objeto recoger su opinión respecto al servicio que perciben.

**INSTRUCCIONES:** marque con una cruz o un aspa el nivel de satisfacción que estime conveniente.

<b>¿Cuál sería su valoración respecto al servicio que presta la empresa Molitalia?</b>				
Muy satisfecho	Satisfecho	Ni satisfecho ni insatisfecho	Insatisfecho	Muy insatisfecho
<b>¿Ha tenido alguna dificultad o inconveniente con sus pedidos?</b>				
SÍ		NO		
¿Cuál o cuáles?, describa:				
<b>¿Qué recomendaría mejorar o implementar en la empresa Molitalia?</b> Describa:				
<i>Gracias por su colaboración.</i>				

c. Aspectos generales de la empresa.

**Nombre o Razón Social**

MOLITALIA S.A. – Agencia Tarma

**RUC**

20100035121

**Rubro**

Alimenticio

**Ubicación**

Av. Pacheco Nº 178. Tarma, Tarma, Junín, Perú.

**Croquis de la ubicación**

**Figura 19**

*Georreferencia utilizando Google Maps de la Empresa Molitalia*



*Nota.* Tomado de Google Maps.

**Figura 20**

*Localización de la Empresa Molitalia Sede Tarma*



*Nota.* Tomado de Google Maps.