

**REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE INGENIERIA
CARVAJAL, EDO TRUJILLO**



**ESTRATEGIAS DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN
EN LA EMPRESA COMERCIAL DELGADO.
VALERA, ESTADO TRUJILLO.**

Autor

Vanessa, Di Toro

C.I: 26.784.137

Facultad de Ingeniería, Universidad Valle del Momboy

Tutor

Ing. Larry, Araujo

Facultad de Ingeniería, Universidad Valle del Momboy

C.I: 13.238.875

Noviembre, 2021

**REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE INGENIERIA
CARVAJAL, EDO TRUJILLO**



**ESTRATEGIAS DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN
EN LA EMPRESA COMERCIAL DELGADO.
VALERA, ESTADO TRUJILLO.**

Trabajo Especial de Grado presentado como requisito para optar al Título de
Ingeniero Industrial

Autor

Vanessa K., Di Toro
C.I: 26.784.137

Facultad de Ingeniería, Universidad Valle del Momboy

Tutor

Ing. Larry, Araujo
C.I: 13.238.875

Facultad de Ingeniería, Universidad Valle del Momboy

Noviembre, 2021



**REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE INGENIERIA
CARVAJAL, EDO TRUJILLO.**

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, **ING. LARRY ARAUJO** de Cedula de Identidad **V- 13.238.875**, en mi carácter de Tutor del Trabajo Especial de Grado presentado por la Bachiller: **VANESSA DI TORO** titular de la Cedula de Identidad **V-26.784.137**, como requisito para optar al Título de **INGENIERO INDUSTRIAL**, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

En Carvajal, a los 11 del mes de Octubre del 2.021.

Ing. Larry Araujo

C.I 13.238.875



**REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE INGENIERIA
CARVAJAL, EDO TRUJILLO**

**ESTRATEGIAS DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN
EN LA EMPRESA COMERCIAL DELGADO.
VALERA, ESTADO TRUJILLO.**

Ing. Larry Araujo

En nombre de la Universidad Valle del Momboy, el presente jurado examinador da por
APROBADO este Trabajo Especial de Grado, en Carvajal, a los _____ del mes de _____
_____ del 2.021.

Jurado 1

Jurado 2

AGRADECIMIENTO

A Dios todo poderoso, por la Bendición, entendimiento, paciencia y sabiduría en nuestro camino.

A la empresa, Comercial Delgado por permitirme desarrollar mi Trabajo de Grado de manera satisfactoria.

A la Universidad del Zulia, por iniciar mi camino, y a La Universidad Valle del Momboy por abrirme sus puertas para continuar mi aprendizaje.

Al Ing. Larry Araujo y demás profesores por sus enseñanzas, consejos y aprendizajes dejados.

Y a mis compañeros de estudios, juntos pasamos las mil y una rabietas, pero lo conseguimos.

A todos ustedes mil Gracias.

DEDICATORIA

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, después de un largo camino que se veía muy lejos hoy puedo dar gracias a Dios todo poderoso por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados haber logrado terminar mi carrera.

Con todo mi cariño y mi amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimiento.

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser su hija, son los mejores padres. A mi hermano, por estar siempre presente, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindo a lo largo de esta etapa de nuestras vidas.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que me abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Vanessa Di Toro

ÍNDICE GENERAL

AGRADECIMIENTO	5
DEDICATORIA.....	6
ÍNDICE GENERAL	7
ÍNDICE DE TABLAS	11
ÍNDICE DE FIGURAS	12
RESUMEN	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN.....	16
CAPÍTULO I.....	19
EL PROBLEMA	19
Planteamiento del Problema.....	19
Formulación del Problema	21
Sistematización del Problema	21
Objetivos de la Investigación	22
Objetivo General.....	22
Objetivos Específicos.....	22
JUSTIFICACIÓN.....	23
DELIMITACIÓN	25
CAPÍTULO II	26
MARCO TEÓRICO	26
Antecedentes de la Investigación	26

Bases Teóricas	34
Estrategia.....	34
Logística.....	35
Cadena de Suministro	35
Almacenamiento.....	36
Almacén	37
Gestión de Almacén.....	37
Funciones o Procedimientos de Almacén	39
Clases de Almacén.....	41
Productos.....	42
Tipos de Productos	43
Estibas	43
Tipos de Estibas.....	44
Distribución.....	44
Canales de Distribución	44
Tipos de Canales de Distribución.....	46
Estrategias de Distribución.....	47
Función del Transporte dentro de los Canales de Distribución.....	48
Transporte Terrestre por Carretera	49
Empresas Comerciales.....	50
BASES LEGALES	52
Definición de Términos Básicos	54
Operacionalización de la Variable.....	55

CAPÍTULO III.....	56
MARCO METODOLÓGICO.....	56
Tipo de Investigación.....	56
Diseño de Investigación.....	57
Población y Muestra	58
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	58
Confiabilidad	59
Técnicas de Procesamiento y análisis de datos	60
CAPÍTULO IV.....	61
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	61
Análisis de Resultados del cuestionario aplicado a los empleados en la empresa Comercial Delgado C.A.....	61
Dimensión: Tipos de Canales de Distribución y Pedidos	62
Conclusión General de Análisis de Resultados	72
CAPÍTULO V	74
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	74
Conclusiones	74
Recomendaciones	75
CAPÍTULO VI.....	77
PROPUESTA.....	77
Propuesta: Estrategias de Logísticas y Distribución para la Empresa Comercial Delgado.	77
Factibilidad de la propuesta.....	82

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFIAS.....	838
ANEXO 1.....	86
Instrumento de Recolección de Información	86
ANEXO 2.....	87
Aplicación de Kuder Richardson al Instrumento	87

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Ventajas y Desventajas del Transporte Terrestre</i>	49
Tabla 2 <i>Operacionalización de la Variable. Dimensión e Indicadores</i>	55
Tabla 3 <i>Información para la Fuerza de Venta.</i>	62
Tabla 4 <i>Notificaciones de Promociones y Descuentos</i>	63
Tabla 5 <i>Lista de Precios de Mercancía</i>	64
Tabla 6 <i>Información Clasificación del Inventario</i>	66
Tabla 7 <i>Normas de Almacenamiento</i>	67
Tabla 8 <i>Información Rutas de Despacho</i>	68
Tabla 9 <i>Información Capacidad y Peso de los Vehículos</i>	69
Tabla 10 <i>Rutas en Relación a las Zonas</i>	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 <i>Información de la Fuerza de Venta</i>	62
Figura 2 <i>Notificaciones de Promoción y Descuento</i>	63
Figura 3 <i>Lista de Precio</i>	65
Figura 4 <i>Información de Clasificación del Inventario</i>	66
Figura 5 <i>Normas de Almacenamiento</i>	67
Figura 6 <i>Información Rutas de Despacho</i>	68
Figura 7 <i>Información Capacidad y Peso de los Vehículos</i>	70
Figura 8 <i>Rutas en Relación a la Zona</i>	71

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY

www.uvm.edu.ve

R.I.F: J-31702424-9



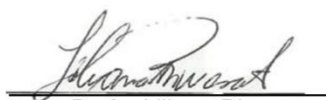
Av. Independencia con calle La Paz, Sede Mirabel, Urbanización Mirabel, Plata I,
Diagonal al Parque SAPNNAET. Municipio Valera Estado Trujillo.


**VICERRECTORADO
FACULTAD DE INGENIERÍA**


VEREDICTO

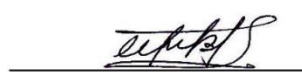
Nosotros, Prof. Larry Araujo, Profa. Liliana Rivera y Prof. Wilmer Méndez, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado: **“ESTRATEGIAS DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN EN LA EMPRESA COMERCIAL DELGADO. VALERA, ESTADO TRUJILLO”**, que presenta la Bachiller **VANESSA KARINA DI TORO CALAO**, portadora de la Cédula de Identidad N° **26.784.137**, nos hemos reunido para revisar dicho Trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con: **VEINTE (20)** puntos, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad Valle del Momboy, referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Ingeniero Industrial.

En fe de lo cual firmamos, en Valera a los dieciocho (18) días del mes de noviembre de dos mil veintiuno (2021).


Profa. Liliana Rivera
C.I. 13.048.877
JURADO


Prof. Larry Araujo
C.I. 13.238.875
TUTOR


Prof. Wilmer Méndez
C.I. 5.501.239
PRESIDENTE DEL JURADO


Profa. Marilyn Briceño
C.I. 13.205.436
DECANA




Profa. Ana Linares
C.I.- N° 9.013.217
VICERRECTORA

ESTRATEGIAS DE LOGÍSTICA Y DISTRIBUCIÓN EN LA EMPRESA COMERCIAL DELGADO. VALERA, ESTADO TRUJILLO.

RESUMEN

En las empresas comerciales la calidad del producto y/o servicio aporta ventaja competitiva y reducción de costes, lo que permite aumentar el beneficio de la empresa. El objetivo de la investigación está es proponer estrategias de logística y distribución para la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera, Edo Trujillo. El estudio es un proyecto factible, con un nivel de estudio descriptivo y diseño de campo, se aplicó un instrumento tipo cuestionario aplicado a una población finita de veinte (20) empleados en dicha empresa, se realizó un tratamiento estadístico descriptivo con tablas y gráficos para cada uno de los ítems que responden a los indicadores por dimensión. Dentro de las conclusiones se resalta que los productos en el inventario, están codificados en el sistema y por falta de tiempo no están identificados, además se observó que la mayoría del personal no conoce las normas de almacenamiento ni el tiempo estimado al momento de despachar mercancía, por lo que se recomienda realizar inducción al personal en cuanto a las normas de almacenamiento. Finalmente se diseñaron las estrategias de logística y distribución, en atención a cada una de las debilidades observadas y otras que permitan fortalecer los procesos de mejora en el departamento de almacenamiento.

Palabras clave: logística, distribución, estrategias, almacenamiento, transporte, pedidos, mejora.

**Logistics and Distribution Strategies in the Delgado Commercial Company.
Valera state Trujillo**

ABSTRACT

In commercial companies, the quality of the product and / or service provides competitive advantage and cost reduction, which allows increasing the company's profit. The objective of the research is to propose logistics and distribution strategies for the Comercial Delgado Company, located in Valera, Edo Trujillo. The study is a feasible project, with a descriptive study level and field design, a questionnaire-type instrument was applied to a finite population of twenty (20) employees in said company, a descriptive statistical treatment was carried out with tables and graphs to each of the items that respond to the indicators by dimension. Among the conclusions, it is highlighted that the products in the inventory are coded in the system and due to lack of time they are not identified, it was also observed that most of the personnel do not know the storage rules or the estimated time at the time of dispatching merchandise Therefore, it is recommended to induct the personnel regarding the storage regulations. Finally, the logistics and distribution strategies were designed, taking into account each of the observed weaknesses and others that allow strengthening the improvement processes in the storage department.

Keywords: logistics, distribution, strategies, storage, transport, orders, improvement.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, las organizaciones están expuestas a cambios rápidos debido a los altos riesgos que les generan las variables económicas, políticas, sociales, tecnológicas, ambientales y sanitarias, como es el caso de las consecuencias generadas por la pandemia del COVID – 19, a nivel mundial. En este punto resulta de vital importancia, la gestión de los procesos que se llevan a cabo por parte de las organizaciones; para lograr un funcionamiento operativo adecuado ante los cambios y el ambiente inestable y de incertidumbre que las rodea. Dentro de estos procesos se encuentra las actividades relacionadas con la logística, en especial porque la gestión efectiva en esta área genera valor agregado a la cadena de suministros, garantiza una respuesta oportuna a los clientes, se desarrollan las actividades de flujo de materiales de forma rápida y segura lo que permite alcanzar los objetivos de la empresa.

La Gestión de la Logística y Distribución incluye todas aquellas actividades dirigidas a obtener, trasladar y almacenar materiales y productos desde su adquisición a proveedores, hasta su posterior distribución a clientes y consumidores, incluyendo el proceso de compras, la gestión de inventarios, el transporte, el servicio al cliente, el almacenamiento o el tratamiento de mercancías.

En especial, en las empresas comerciales donde el volumen de mercancía es elevado, los procesos de gestión en la cadena de suministros, la logística y la distribución se convierten en elementos claves para el éxito del negocio. El propósito general de esta investigación es proponer estrategias de logística y distribución para la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera,

Estado Trujillo, que generen beneficios en sus procesos comerciales, en la medida que permita satisfacer la demanda de las mejores condiciones de servicios, calidad y coste en lo que respecta a la entrega de los productos en las condiciones acordadas con el cliente, en cuanto a tiempo, cantidad, precio, calidad y localización.

Para lograr los objetivos del estudio, se realiza una investigación de tipo descriptiva con un diseño de campo, que permite contrastar la teoría con la práctica en este caso en la Empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera, edo. Trujillo. Es por ello que el trabajo se desarrolla atendiendo a la siguiente estructura:

En el Capítulo I, se presenta el problema de la investigación, la interrogante que orienta al investigador para proponer el objetivo general y cada uno de los objetivos específicos, la justificación y delimitación. En el Capítulo II, denominado Marco Teórico donde se desarrolla la búsqueda y presentación de los Antecedentes, las bases teóricas, legales, definición de términos básicos y la operacionalización de las variables que orienta el estudio.

En el Capítulo III, se desglosa el camino metodológico en cuanto a; tipo de investigación, diseño, técnicas e instrumento de recolección de datos, población, confiabilidad del instrumento y forma como se van a presentar el análisis de los resultados obtenidos. Luego se desarrolla el Capítulo IV, donde se presenta el análisis de presentación de los resultados en atención a la variable, dimensiones, indicadores e ítems, aplicado para esto la estadística descriptiva.

Luego se presentan el Capítulo V y VI, en el primero se desglosan las principales conclusiones y recomendaciones y en el segundo el capítulo donde se desarrolla la propuesta que da respuesta al objetivo específico del estudio, como es diseñar estrategias para el mejoramiento

de la logística de distribución y almacenamiento de la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera, Estado Trujillo.

Finalmente se presentan las referencias bibliográficas consultadas para llevar a cabo cada uno de los capítulos que conforman el estudio.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Es importante resaltar que la logística y la cadena de suministros, no son nuevas ideas. A través de la historia de la humanidad, ha habido logros y pérdidas respecto a las fortalezas y capacidades de la logística, o la falta de las mismas. Desde la construcción de las pirámides, la mayoría de las actividades humanas han soportado el flujo efectivo de materiales e información para cumplir con los requerimientos de los objetivos propuestos. Las organizaciones de negocios, hasta un pasado reciente; han llegado a reconocer el impacto vital que la gerencia de logística puede tener en el logro de la ventaja competitiva.

La logística en principio fue un proyecto militar, que logro su mayor expresión en la Segunda Guerra Mundial, encontrando solución a la movilización y distribución de combustibles, armas, alimentos, entre otros, al frente de batalla, pero que hasta ahora estos principios de gerencia comienzan a ser ampliamente aceptados.

Para los autores Lamb, Hair, McDaniel (2002) la actividad logística se define como "el proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas, de las existencias en proceso y de los bienes terminados del punto de origen al de consumo"(p.383). Siendo así, la logística es una actividad estructurada muy compleja y transversal, que requiere desarrollar una estrategia para poner en marcha este proceso de forma

efectiva.

Las empresas son unidades económicas complejas que requieren de un sistema organizacional adecuado para el funcionamiento de cada uno de sus procesos, sea cual sea su naturaleza o razón social. En el caso de las empresas comerciales, realizan actividades de compra y venta de productos ya elaborados para el consumo humano, o también materia prima para la producción de otros productos, es decir, que este tipo de empresas no contempla entre sus actividades la transformación de la materia prima, sino que son intermediarias entre las empresas industriales y el consumidor final. (Editorial Grudemi, 2019)

Tal es el caso de la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera, edo. Trujillo, donde la investigadora mantiene contacto directo debido a su trabajo como pasante en dicha empresa, se observa que esta empresa, posee un elevado volumen de mercancía, es decir, su naturaleza es ser una empresa comercial de tipo distribuidoras, dado que se encargan de adquirir productos a los fabricantes y luego comercializarlos a diversos clientes dentro y fuera del edo. Trujillo. No obstante, ante la situación sanitaria provocada por la Pandemia COVID – 19, existen frecuentemente retrasos en las áreas de almacenamiento, en el control de inventarios y flujos irregulares en el manejo de la mercancía, desde que se realiza los procesos de compra a los proveedores, hasta el proceso final de comercialización y distribución.

Este escenario puede estar ocasionado, por la inexistencia de políticas y procedimientos en el área de almacenamiento y transporte, desconocimiento por parte de todo el personal encargado de norma de funcionamiento, necesidad de mantener registros actualizados, así como, ausencia de una distribución física adecuada que permita que el flujo de materiales puede seguir

rutas que generen tiempos de entrega y despacho eficientes, además de la rotación frecuente de personal debido a los problemas que se generan ante toda la situación provocada por la pandemia y la situación económica del país.

De continuar esta situación antes descrita puede que la Empresa Comercial Delgado, puede provocar aumento de los tiempos de entrega de la mercancía, ausencia de controles de calidad, insatisfacción en los clientes y aumentos en los gastos generales de la empresa. Es por esto, que se hace necesario realizar acciones dirigidas a optimizar el proceso de almacenamiento y distribución de la mercancía, enfocándose en la eficacia de pedidos y transporte, ya que se solicita tener una mejor recepción, rutas en relación a la zona, rotación de mercancía, pedidos claros y detallados y variedad de productos.

Formulación del Problema

En vista de lo antes expuesto, se plantea la siguiente interrogante:

¿Cuáles serían las estrategias de logística y distribución en la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera, Estado Trujillo, que generen beneficios en sus procesos comerciales?

Sistematización del Problema

¿Cómo es el proceso de distribución y pedidos que se lleva a cabo en la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera, Estado Trujillo?

¿Cómo es el plan de almacenamiento y transporte en la empresa Comercial Delgado,

ubicada en Valera, Estado Trujillo?

¿Cómo se diseñan estrategias para el mejoramiento de la logística de distribución y almacenamiento de la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera, Estado Trujillo?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer estrategias de logística y distribución para la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera, Estado Trujillo, que generen beneficios en sus procesos comerciales.

Objetivos Específicos

Analizar la distribución y pedidos en la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera, Estado Trujillo.

Describir el plan de almacenamiento y transporte en la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera, Estado Trujillo.

Diseñar estrategias para el mejoramiento de la logística de distribución y almacenamiento de la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera, Estado Trujillo.

JUSTIFICACIÓN

La logística es una función operativa que comprende todas las actividades y procesos necesarios para la administración estratégica del flujo y almacenamiento de materias primas y componentes, existencias en proceso y productos terminados; de tal manera, que éstos estén en la cantidad adecuada, en el lugar correcto y en el momento apropiado. (Thompson, 2007)

Con el propósito de mantenerse acorde con las exigencias de la dinámica de logística y distribución de la actualidad y del propio negocio, ha surgido el interés de contar con herramientas de gestión a sus necesidades específicas y particulares, con incidencia en la logística de empresas comerciales. Esto se logra con la aplicación de estrategias que permitan mejorar el desempeño de la organización en las distintas actividades asociadas a la distribución y logística, para de esta manera, llevar una adecuada gestión y garantizar la satisfacción de la empresa.

Desde el punto de vista teórico la investigación se justifica, porque al realizar estrategias logísticas eficientes, a partir de la consulta de autores y antecedentes en el tema, la investigación permite contrastar los argumentos teóricos con la realidad en el contexto empresarial, en este caso en la empresa Comercial Delgado

Desde el punto de vista práctico dicha investigación, es un aporte para la entidad como tal, por ser un tema actual, y sobre la cual existen grandes expectativas para el desarrollo de nuevos planes de acción de cualquier empresa u organización, incluidos en un programa de estrategias, que contribuyen al mejoramiento y calidad de servicio, utilizar acciones en el área de la logística, de forma que permita lograr el nivel de satisfacción de los clientes, y el

funcionamiento adecuado de la organización. A su vez,

Desde el punto de metodológico, en la investigación se aplican técnicas e instrumentos de recolección de información, sometidos a procesos de validez y confiabilidad, lo que permite generar un análisis e interpretación de resultados, presentar conclusiones y llegar a nivel de una propuesta, que brinde solución al problema de investigación. Por otra parte, servirá de guía a otros investigadores ya que brinda información sugerencias a la problemática detectada en sus conclusiones.

En cuanto al punto de vista social, se espera que los resultados de dicha investigación, sirva tanto para los estudiantes, como egresados, fortaleciendo sus conocimientos y en forma estratégica. A su vez, los conocimientos adquiridos, permitirá a lo largo de la investigación, tener una visión más amplia de cómo desarrollar dicho tema y a su vez aplicarlo a en el campo profesional.

DELIMITACIÓN

La investigación que se realizara se orienta a proponer estrategias de logística y distribución para la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera estado Trujillo, en un lapso a partir de enero hasta noviembre del 2021. Se sustentó en los postulados de Gómez (2014) Escudero (2019). Cabe resaltar que está enmarcada en las líneas de investigación del grupo focal de la Universidad Valle del Momboy, Producción, Operaciones y Logísticas de empresas públicas y privadas del Estado Trujillo.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En la realización de un proyecto se debe tener un punto de referencia, el cual ayudara a comenzar la investigación bajo datos históricos de estudios realizados donde se traten puntos referentes a la logística y distribución en una empresa; en este caso; las definiciones básicas del tema como bases teóricas y las bases legales que rigen el tema a investigar

Antecedentes de la Investigación

A continuación, se presentan tres trabajos de investigación realizados en distintas instituciones educativas, las cuales tienen relación con el tema de estudio presente en esta investigación.

Antecedentes Internacionales

Lopa (2020). Para optar al título en Lic. En Administración de Empresas, realizó un trabajo de pregrado titulado *Logística de distribución y calidad de servicio en los colaboradores del Centro de Distribución Sodimac Lurín*. en la Universidad Autónoma de Perú. El objetivo de este estudio fue determinar la relación que existe entre la logística de distribución y la calidad de servicio de los colaboradores del área logística omnicanal MAT del centro de distribución Sodimac Lurín. El tipo de investigación que se utilizó fue aplicado, de nivel correlacional, con un

corte transversal, y un diseño no experimental. La muestra de esta investigación estuvo conformada por 67 colaboradores, los cuales se encuentran laborando en las subáreas que pertenecen a logística Omnicanal.

El instrumento utilizado para medir la variable fue a través de encuestas online compuesta por 32 ítems la variable logística de distribución y 42 ítems para la variable calidad de servicio. El instrumento fue validado por expertos; asimismo, los resultados mostraron que la confiabilidad de los instrumentos arrojó resultados de 0.893 para la variable logística de distribución y 0.943 para la variable calidad de servicio. Se encontró que los resultados adquiridos en la investigación fueron satisfactorios porque se descubrió una relación positiva moderada entre las variables de estudio. De igual modo, se utilizó un coeficiente de correlación Rho de Spearman que asciende a 0,550, a un nivel de significancia $p=0,000 < 0,05$, por dicho motivo, se puede decir que existe una relación positiva moderada entre las variables. Finalmente se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, estableciendo que existe una correlación positiva alta entre logística de distribución y calidad de servicio en el centro de distribución Sodimac.

Esta investigación, es una contribución importante para el presente estudio, por cuanto considera la variable de estudio la logística y distribución aplicado a empresas del mismo contexto, además que relaciona con la calidad de servicio. Además de ser un aporte importante por la metodología utilizada.

García (2020). Para optar al título Licenciada en Negocios Internacionales”. *Gestión logística y calidad total en la empresa Inter Logistics SAC, Callao, 2020*. Realizo una tesis de

Pregrado. En Perú, debido al poder de consumo y al poder adquisitivo, la industria de la logística se está desarrollando rápidamente porque brinda una gama de servicios que pueden asegurar el desarrollo eficiente de todo tipo de empresas. Asimismo, es importante que las empresas tengan calidad en general, porque generan más ingresos económicos y, en última instancia son beneficiadas.

En resumen, la presente investigación sobre Gestión Logística y Calidad Total en la empresa Inter Logistics SAC, Callao, su objetivo general es determina como se relaciona la gestión logística y la calidad total en la empresa Inter Logistics SAC, Callao, por lo tanto, la fuente de investigación científica se utiliza para su desarrollo. Desde el punto de vista metodológico, esta investigación es un diseño aplicado y no experimental. La población está compuesta por los colaboradores de la empresa Inter Logistics SAC. La muestra es de 32 personas, se utiliza la encuesta como técnica y el cuestionario como herramienta; este conto con 12 ítems, por cada variable en la escala de Likert. El análisis de datos se realizó mediante el software estadístico SPSS versión 26. Para concluir, los resultados muestran que existe una correlación significativa entre las variables estudiadas, es decir, si existe correlación entre la gestión logística y calidad total en la empresa Inter Logistics SAC, Callao.

Esta investigación genera un gran apoyo investigativo, dado que se estudia la variable logística y distribución y su relación con los fundamentos de la calidad total de dicha empresa, lo que sustenta la problemática de la investigación en el contexto de la empresa comercial delgado.

Velásquez (2019). Para optar al título de Licenciado en Administración. *La logística de distribución y los servicios de atención al cliente en la empresa Ajeper del Oriente S.A. Pucallpa.*

Realizo una tesis de Pregrado. La investigación se realizó en la ciudad de Pucallpa, Perú y tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la logística de distribución de la empresa AJEPER del oriente y las rupturas de stocks de los clientes distribuidores, el tipo de estudio es correlacional (nivel descriptivo). Para la recolección de datos se empleó el diseño descriptivo transversal (marzo a junio 2018); para lo cual se tuvo como instrumento de recolección de datos, las respuestas fueron de tipo Likert aplicada a 91 elementos como muestra representativa de la población sujeto de estudio; para la variable independiente (VI) se consideró 5 ítems y la variable dependiente (VD) 6 ítems, asimismo el cuestionario comprendía 3 preguntas de aspectos relacionado a fundamentar la investigación.

Para demostrar la hipótesis planteada se realizó la prueba de normalidad de datos utilizando para tal efecto el estadístico de Kolmogorov Smirnov y establecer la correlación de variables se calculó con el coeficiente de Rho Spearman, arribando que la logística de distribución que desarrolla la empresa Ajeper en la ciudad de Pucallpa tiene una relación directa y positiva con las rupturas de stocks de sus clientes mayoristas ($r=62.5\%$), el nivel de significación es de $0,000 < \alpha = 0,05$ aceptándose la hipótesis formulada; “La deficiente logística de distribución, de AJEPER del Oriente se relaciona significativamente con las rupturas de stocks de los clientes distribuidores en la ciudad de Pucallpa”.

Esta investigación hace referencia a la variable de la investigación en cuanto a la relación de la logística y los clientes, sus conclusiones y metodologías fueron un aporte valioso para la investigación, en tanto se reconoce que la gestión logística es valiosa para lograr los objetivos en cualquier tipo de organización.

Antecedentes Nacionales

Cardoza (2018). Para optar al título de Magister en Administración de empresas, mención Gerencia. *“Estrategias Gerenciales que contribuyan con el mejoramiento de la gestión logística de transporte internacional de las empresas ensambladoras del sector automotor, ubicadas en el Estado Carabobo”*. Realizo una tesis de investigación teniendo como objetivo proponer estrategias gerenciales que contribuyan con el mejoramiento de la gestión logística de transporte internacional de las empresas ensambladoras del sector automotor, ubicadas en el estado Carabobo, en la cual se detectó que en la actualidad se han venido presentando situaciones que difieren de las metas establecidas por las empresas ensambladoras del sector automotor, ubicadas en el estado Carabobo y que repercuten en la planificación de la producción, el uso eficiente de los recursos, el cumplimiento de los tiempos de entrega y, por ende, en la satisfacción de los grupos de interés de la organización. Se emplearon como referentes teóricos el Modelo de Gestión del Cambio de Codina (2002) y sus implicaciones en los sistemas logísticos de transporte internacional, así como los principios de gestión logística internacional de Pau y Navascués (2013).

La metodología implementada en esta investigación fue bajo la modalidad de proyecto factible con una investigación de campo de naturaleza descriptiva, con el uso de dos cuestionarios como instrumento de recolección de información, aplicado a una muestra de diez informantes que forman parte de los niveles directivos, operativos y tácticos de las empresas. El estudio concluyó que en la actualidad no se le ha dado mayor importancia a la mejora continua dentro de la gestión de transporte de la organización, originando pérdida de fiabilidad en la información y desconocimiento de los lineamientos estratégicos y operativos. En vista de ello, se propusieron

estrategias de control con la finalidad de incrementar la eficiencia de los resultados y la información generada por la gestión logística de las empresas incluidas en el estudio, para que esta pueda ser transmitida con los mayores niveles de confiabilidad y garantizar la disponibilidad y entregas futuras a los clientes.

Esta investigación, es un aporte importante para el presente estudio, por cuanto se relaciona con la investigación actual, además de estar relacionada con la metodología utilizada.

Madriz. (2018). Realizo un artículo científico titulado “*Cadena de Valor Logística en las Pymes Manufactureras del Municipio San Cristóbal Estado Táchira, Venezuela*”. El objetivo del presente artículo es mostrar una propuesta para la incorporación del enfoque de valor en la gestión logística de las PYMEs manufactureras del municipio San Cristóbal del estado Táchira, a partir de lo que se denota como gerencia estratégica de la cadena de valor. Se parte de la existencia de una concepción abstracta de los elementos de la cadena, los cuales, al no ser concretos como elementos direccionadores de la gerencia, afectan la productividad de la cadena y los resultados generales del sistema organizacional.

Se desarrolló una investigación cuantitativa, con diseño de campo y nivel descriptivo, apoyada en una encuesta aplicada en una muestra de 97 PYMEs de 16 rubros de producción. Se diagnosticó la práctica de la gestión logística, encontrándose debilidades que orientan la necesidad de diseño de la cadena de valor, iniciando en un proceso de concientización gerencial, hasta la inclusión de evidencias concretas de eficiencia, efectividad, y eficacia del sistema en el marco de la gerencia del valor.

Más que acciones logísticas atadas a procesos de abastecimiento, producción y

distribución, se requiere que la logística se convierta en un proceso estratégico transversal a la gestión interna. Se concluye que las PYMEs estudiadas poseen importantes fortalezas, las cuales respaldan la sostenibilidad de la gerencia estratégica de la cadena de valor bajo el enfoque filosófico propuesto.

Este artículo tiene una relación con la investigación actual ya que su enfoque es la logística siendo esta variable de dicha investigación, aportando herramientas para poder desarrollarla y llevarla a cabo.

Hernández. (2017). Para optar al título de Magister en Administración Mención Gerencia General. *“Evaluación de la Gestión de Despacho y Distribución de productos en la empresa Alimentos Polar Comercial C.A., Sucursal San Fernando de Apure Estado Apure.”*. Realizo una tesis cuya investigación se desarrolló en la Gerencia de Cadena de Suministros, la cual está encargada de administrar todo lo relacionado con los trámites de almacenamiento de insumos y producto terminado, distribución y búsqueda de la flota necesaria para cumplir con los requerimientos de los clientes, en dicho estudio se efectuaron fases de investigación que permitieron alcanzar los objetivos propuestos.

El tema se enmarca en la modalidad de proyecto factible con un nivel de profundidad de carácter evaluativo- explicativo. La población estuvo representada por trece (13) unidades de análisis conformado por todo el personal de la de la gerencia de despacho y distribución. Dada las características de la población se tomó el 100% de la población, quedando la muestra representada por la totalidad de la población.

Con respecto a las técnicas de recolección de información se empleó la encuesta, el

instrumento de recolección de información lo constituyó un cuestionario elaborado con 15 ítems para ser contestados mediante respuestas abiertas. En cuanto a la presentación y análisis de los datos, estos se procesaron de manera manual, asimismo, se presentan organizados en cuadros estadísticos. Por lo tanto se concluye; que Algunas veces se realiza la planificación en función de la empresa ha adaptado tecnológicamente sus procesos para minimizar los contratiempos a los clientes en sus despachos de mercancías; sin embargo estos se han visto afectados por las exigencias continuas de la Superintendencia Nacional de Gestión Agroalimentaria (SUNAGRO); registro de clientes, registros de inventarios, tramitación de guías.

Esta investigación es de gran importancia a la investigación actual ya que los aspectos metodológicos van acorde a dicha investigación. Además involucra el tema de distribución y despacho siendo temas relevantes en la presente investigación.

Bases Teóricas

A continuación, se expone las principales bases teóricas, conceptuales y legales que permiten sustentar la variable logística y distribución, así como, cada una de las dimensiones e indicadores en el estudio. Seguidamente se presenta la operacionalización de la variable que pretende ser contrastada con la realidad objeto de estudio, en este caso, la empresa Comercial Delgado.

Estrategia

En las organizaciones la palabra estrategia implica pensar en un diseño previo, es decir, en un proceso de planificación que trae consigo distintos tipos de planes, estrategias, objetivos y metas a lograr en un plazo determinado. En este sentido, la estrategia son las acciones para determinar las metas y objetivos de una empresa y la asignación de recursos necesarios para el logro de dichas metas. (Chandler,2003).

La estrategia es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigida a realizar las acciones necesarias para la obtención de los mismos. Por tanto, es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización y permite considerar los recursos necesarios para implementarla. Cuando se toca la palabra estrategia, se piensa en quienes tienen a su cargo diseñarla, implementarla y evaluarla, para ello es necesario aplicar herramientas de planificación estratégica, como lo es análisis del ambiente interno y externo que rodea a la organización. Además, el diseño de una estrategia exitosa hay dos claves; hacer lo que

hago bien y escoger los competidores que puedo derrotar, es decir, que el análisis y la acción están integrados en la dirección estratégica de toda organización. (Chandler,2003).

Logística

La logística es la parte del proceso de la cadena de suministros que permite planificar, controlar el flujo y almacenamiento de bienes y/o servicios de forma efectiva. Además de la información relacionada con el punto de origen hasta el punto de consumo, con la finalidad satisfacer los requerimientos de los clientes (Ballou, 2006)

Esta definición, transmite la idea de cómo los flujos de los diferentes artículos tienen que ser manejados desde que llegan a la recepción hasta donde, finalmente los artículos son despachados a las diferentes zonas de distribución o clientes. Además, la logística se define como un proceso, que incluye todas las actividades que tienen un impacto en hacer que los bienes y servicios, estén totalmente disponibles para los consumidores, cuando y donde ellos lo quieran adquirir. La logística es una parte del proceso de la cadena de suministro mas no es todo el proceso.

Cadena de Suministro

La cadena de suministro está formada por todas aquellas partes involucradas de manera directa o indirecta, en la satisfacción de la solicitud de un cliente. La cadena de suministro

incluye al fabricante y al proveedor, sino también, a los transportistas, almacenistas, vendedores al detalle (o menudeo) e incluso a los mismos clientes. (Chopra y Meindl, 2006).

La cadena de suministro, es importante puesto que se condensa todos los procesos de manera completa desde algo macro hasta los procesos de manera individual y posee tres niveles de decisión las cuales son: estrategia o diseño, planeación y operación de la cadena de suministro. Al respecto Cuatrecasas (2012), señala que la logística comprende “la planificación, organización y el control de las actividades relacionadas con la obtención, traslado y el almacenamiento de materiales y productos desde la adquisición hasta el consumo” (p.531). Este último autor indica, también hace referencia a la cadena de suministro de materiales ‘‘aguas arriba’ o aprovisionamiento y “aguas abajo”, cuando se habla de cadena de distribución del producto terminado.

Almacenamiento

El almacenamiento se define “como la acción de guardar, proteger y conservar la mercancía adecuadamente en un periodo de tiempo y facilitar la labor de despacho cuando se requiera” (Mora, 2011, p. 206), es decir, es todo el proceso que implica guardar y emitir autorización de ingreso y salida de mercancía, previamente autorizada, donde se cumplen determinados métodos de almacenamiento de acuerdo a la política de la organización. Cuando nos referimos al almacenamiento es importante conocer el significado de almacén.

Almacén

El almacén hace referencia a “una unidad de servicio en la estructura orgánica y funcional de una empresa comercial o industrial, con objetivos bien definidos de resguardo, custodia, control y abastecimiento de materiales y productos” García (2005, p. 16.). Puede decirse entonces, que el almacén es utilizado como el espacio donde se realizan las funciones de recepción, manipulación, conservación, protección y posterior expedición de productos, además se requiere de controles adecuados que permitan conocer el estado de los materiales en cuanto a calidad, cantidad, disposición de los mismos, es decir, requiere de un mantenimiento adecuado y disposiciones físicas adecuadas, para minimizar los costos que originan los inventarios.

Además, el almacén es el “recinto donde se realizan las funciones de recepción, manipulación, conservación protección y posterior expedición de productos”. (Gómez, 2013, p.153), por tanto, requiere de la gestión adecuada que permita lograr los objetivos de aprovisionamientos oportunos, evitar desequilibrios en la oferta y demanda de productos, optimizar los recursos financieros derivados de los costos de los materiales en el almacén.

Gestión de Almacén

Dentro de los almacenes se requiere una serie de procesos de planificación, organización y control, dado que se hace referencia al sitio donde se encuentra el activo más valioso sean materiales para su posterior transformación o productos que luego se distribuirán a los clientes. Siendo así, se considera que, una vez terminada la recepción, también finaliza el alto riesgo de

pérdida de las mercancías por robo, entonces el foco se pone en la eficiencia del movimiento de la zona de recepción a la de almacenamiento. Es muy común concentrarnos, o darle más importancia a la velocidad con que los operarios mueven las mercancías en las estibas con montacargas hasta el almacén, pero poco se hace para analizar la correcta ubicación de los materiales dentro del almacén. (Mora, 2007)

Al menos debe contarse con una persona que planee el espacio del almacén, donde ubicar los materiales recibidos, como podrían reordenarse las estibas ya almacenadas, que ingreso de estibas se esperan, y donde serán colocados dentro del almacén. Esta persona debe definir cuanto espacio dejar para almacenar cada uno de los ítems que están por llegar, así como definir las posiciones en que se almacenaran.

Para esto se aplican diferentes criterios:

- Clasificar los ítems según su rotación o nivel de ventas y definir para cada zona o posición del almacén, que ítems podrá almacenar según la rotación. Así, las áreas cercanas al despacho se destinarán a ítems de alta rotación y las lejanas a los de baja rotación. De esta forma se reducirán las distancias por recorrer (especialmente en la preparación de pedidos) y se necesitará menos equipo para mover los materiales. Esto obliga a revisar permanentemente la rotación de cada ítem, lo cual varía con el tiempo.

- Ubicar los materiales dando prioridad a la sencillez visual y la posibilidad de recordar marcas o tipos de productos (peligrosos, con temperatura controlada, voluminosos, de manejo arriesgado, alto costo).

Funciones o Procedimientos de Almacén

Debido a que los almacenes, permiten regular el flujo de existencia tanto de los aprovisionamientos como de los productos terminados para su distribución, los centros están estructurados y planificados para llevar a cabo funciones de almacenamiento tales como: conservación, control y expedición de mercancías y productos, recepción, custodia, etc.

Para los especialistas en almacenamiento como NoegaSystems (2017), las actividades y funciones principales son:

- Recepción de mercancías: Es el proceso que consiste en dar entrada a las mercancías que envían los proveedores. Durante este proceso, se comprueba que la mercancía recibida coincide con la información que figura en los albaranes de entrega. También es necesario comprobar durante la recepción de la mercancía si las cantidades, la calidad o las características se corresponden con el pedido.

- Almacenamiento: Consiste en la ubicación de las mercancías en las zonas idóneas para ello, con el objetivo de acceder a las mismas y que estén fácilmente localizables. Para ello se utilizan medios fijos, como estanterías mecánicas industriales, depósitos, instalaciones, soportes, etc. y medios de transporte interno como carretillas, elevadores o cintas transportadoras.

- Conservación y mantenimiento: Durante el tiempo que la mercancía está almacenada, tiene que conservarse en perfecto estado. La conservación de la mercancía implica la aplicación de la legislación vigente en cuanto a higiene y seguridad en el almacén, además de las normas especiales sobre mantenimiento y cuidado de cada producto.

- **Gestión y control de existencia:** Consiste en determinar la cantidad de cada producto que hay que almacenar, calcular la cantidad y la frecuencia con la que se solicitará cada pedido con el objetivo de disminuir al máximo los costes de almacenamiento.

- **Expedición de Mercancía:** La expedición de mercancías comienza desde que el cliente realiza el pedido, comenzando el proceso con la selección de mercancía y embalaje, así como la elección del medio de transporte.

En los almacenes de distribución comercial también se hacen otras operaciones como consolidación de la mercancía, división de envíos y combinación de cargas. Por su parte Gómez (2013), las funciones principales son:

- **Recepción e inspección de los materiales:** Se recibe el material de un proveedor luego se lleva a cabo la supervisión del material para comprobar la calidad y cantidad de lo solicitado.

- **Registro de entrada y codificación de los materiales:** Se identifica el material según etiquetas, códigos u otros medios, se clasifican los artículos recibidos para determinar los faltantes y daños en los materiales, en conclusión, a esto se toman las acciones adecuadas para reportar las diferencias que se presenten.

- **Almacenamiento y mantenimiento de los productos:** El material recibido se distribuye en las diferentes áreas para su almacenamiento.

- **Preparar los productos:** Los artículos necesarios para un pedido se recuperan del almacén por una o más personas dependiendo de la cantidad y de su ubicación.

- Armado del pedido: Se agrupan todos los artículos de un solo pedido, se seleccionan los faltantes y los dañados, luego se anotan para saber si se reemplazan o se modifica el pedido.

- Despacho del embarque: Se preparan los pedidos y la documentación requerida para su embarque y así poder enviarlos hacia los vehículos de transporte, para esto se debe realizar procesos de embalaje, el precintado, el etiquetado.

- Mantenimiento de registros: Se llevan a cabo los siguientes registros para los artículos tales como: la cantidad recibida, en existencia, pedidos recibidos y procesados. Es importante manejar esta información para tener una excelente administración de inventarios.

Clases de Almacén

Los almacenes se pueden clasificar de acuerdo a los propósitos de la logística en diferentes tipos; dado que el almacenaje depende de si la función es aprovisionamiento, hablamos de almacén de materiales o de entrada puesto que regulan el flujo interno de materiales, para realizar los procesos de producción. En atención a la función de distribución, se trata de almacén de productos terminados o almacenes de salida, destinados a los productos terminados. Existen los almacenes cross-docking, situados en zonas estratégicas que trabajan sin stocks dado que realizan la recepción, verificación y distribución física inmediata de los pedidos. (Gómez, 2013)

Por otra parte, NoegaSystems (2016) menciona en su página web que los tipos de almacenes en la cadena de logística se pueden clasificar atendiendo a los siguientes criterios:

- Según su función en la red logística los almacenes pueden ser: Almacén de Consolidación: donde se persigue es almacenar una serie de pedidos de diferentes proveedores, con la finalidad de agruparlos y realizar un pedido de mayor volumen. En este tipo se puede reducir los costes de transporte (lo cual supone una ventaja) al agrupar varios pedidos en uno mayor. Y los almacenes de división de envíos o de ruptura; donde ante un pedido de gran volumen que ha de enviarse a un determinado cliente, es en este almacén donde se divide dicho pedido para realizar los envíos de menor tamaño.

- Almacenes según su situación geográfica y la actividad que realicen, entre estos tenemos los: Almacenes centrales donde se manipulan unidades de carga completa para centros regionales, los almacenes regionales se localizan cerca de los lugares donde se van a consumir los productos y los almacenes de tránsito suele estar en algún punto intermedio entre el almacén regional y el lugar de consumo, cuando entre ambos hay una distancia que se tarda en cubrir un tiempo superior a un día.

Productos

El producto se define como “un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio...) que el comprador acepta, en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades” (Kotler, 2006, p.230). En marketing un producto no existe hasta que no responda a una necesidad, a un deseo.

Desde el punto de vista económico, producto es “todo lo que se produce o lo que resulta

del proceso de la producción” (Quiroa, 2020, sección producto, párrafo 2), y que se presenta en un mercado generando alguna renta.

Tipos de Productos

Según Quiroa (2020), los tipos de productos pueden ser:

- **Producto de consumo:** Los productos de consumo pueden definirse como aquellos productos destinados a la satisfacción de necesidades personales y familiares, y dentro de sus características se encuentran que son bienes económicos, pueden ser materiales o inmateriales, tienen que ser producidos, se intercambian en el mercado, son realizados por varios agentes económicos.

- **Productos de inversión:** tienen como propósito aumentar el nivel de la producción de otros productos de consumo o elaborar distintos bienes de capital, es decir, es todo aquel bien o servicio que es usado para producir otros bienes o para generar riqueza, debido a que estos productos generan ingresos o rentas.

Estibas

Dentro del tema de almacenamiento y gestión de almacenes, las estibas se consideran los soportes más importantes para la ubicación de los productos y la ubicación efectiva dentro de las estanterías. La estiba es una plataforma horizontal, de altura mínima compatible con los equipos

de manejo de materiales (montacargas, estibadores), usadas como base para el ensamble, el transporte de mercancía y cargas. Además, pueden ser de madera y hasta de plástico que están cobrando fuerza dado que son realizadas con materiales reciclados. (Mora, 2011)

Tipos de Estibas

Mora, (2011), las estibas pueden clasificarse de la siguiente manera:

- Estibas de dos entradas: Se usan cuando el sistema en movimiento de materiales no requiere utilizar equipos de maniobras.

- Estibas de cuatro entradas: Son usadas cuando el sistema de movimientos de materiales requiere utilizar equipos de maniobras.

Distribución

La distribución es una herramienta de la mercadotecnia que incluye un conjunto de estrategias, procesos y actividades necesarios para llevar los productos desde el punto de fabricación hasta el lugar en el que esté disponible para el cliente final (consumidor o usuario industrial) en las cantidades precisas, en condiciones óptimas de consumo o uso y en el momento y lugar en el que los clientes lo necesitan y/o desean. (Thompson, 2007)

Canales de Distribución

Cualquier organización empresarial mantiene relaciones comerciales con otras entidades

de su entorno para poder sobrevivir en un ambiente caracterizado por ser cada vez más global, competitivo e incierto. A nivel del microambiente de la organización, existen colaboradores que ejecutan acciones coordinadas e interconectadas para lograr que los productos y/o servicios lleguen al comprador final. El objetivo de un canal de distribución logístico – comercial es “agregar valor, generando adaptabilidad en términos de forma, propiedad, tiempo y lugar” (Eslava, 2017, p.28)

El canal de distribución es un conjunto de participantes organizacionales que ejecutan todas las funciones necesarias para conseguir que un producto de un vendedor llegue al comprador final. Además, en el sistema de distribución de acuerdo a Gultinan et al. (1998) se pueden incluir:

- Participantes primarios, tales como; mayoristas, minoristas que toman la propiedad y el riesgo.
- Participantes especializados del canal como; empresas transportadoras, agentes de carga, bodegas públicas, y comisionistas que comercializan y mueven el producto.
- Facilitadores tales como bancos, empresas de investigación de mercados, minoristas de merchandising, entre otras.

En el sistema de distribución se encuentran en aspectos comerciales que se refieren al sistema de canales que utiliza la empresa para que los productos lleguen al consumidor final tales como, mayoristas, minoristas y detallistas y los aspectos físicos; que son las actividades desarrolladas para asegurar el oportuno abastecimiento a los intermediarios tales como transporte,

inventarios, gestión del pedido, manipulación del producto y almacenamiento. Se tiene entonces que los canales de distribución son los que permiten que los esfuerzos de mercadeo sean una realidad y son uno de los soportes principales en la satisfacción del consumidor final. (Guiltinan et al., 1998)

Tipos de Canales de Distribución

Los canales de distribución pueden variar dependiendo del sector. En general los podemos dividir en presenciales y a distancia dónde destacaría el digital. Giner (2019), señala los siguientes:

- Canal propio o directo: La propia empresa fabricante se encarga de hacer llegar su producto al cliente final sin intermediarios. Por lo tanto, no delega procesos de almacenaje, transporte o atención al consumidor. Por ejemplo, la compañía de productos HP se encarga de la distribución de sus propios productos.

- Canal externo o ajeno: La distribución y comercialización es realizada por empresas distintas a la productora. El proceso de distribución es el negocio en sí mismo, dando lugar a la aparición de agentes intermediarios.

En función del número de participantes, se distinguen tres tipos de distribución externa:

- Corto: El producto va desde el fabricante al detallista o minorista, y de éste al cliente final. Es propio del comercio electrónico, en el que la plataforma ecommerce conecta productores y consumidores de forma ágil y sencilla.

- Largo: El producto viaja desde las manos del fabricante a las del mayorista, de éste al minorista hasta llegar al consumidor. Este tipo de distribución es el más común y es propio de pequeños negocios y tiendas de barrio tradicionales.

- Doble: Es aquella en la que además de mayoristas y minoristas también interviene un tercer agente distribuidor o agente exclusivo que participa en la comercialización de productos. Es propia de franquicias o agencias de viaje.

La elección del canal más oportuno para cada negocio atenderá a razones de costes, precios, estrategias empresariales, sector industrial, tipo de mercado, etc. Cada tipo de canal ofrecerá un control distinto sobre el producto y su comercialización.

Llegado a este punto, se concreta que el canal de distribución es el conjunto de actividades necesarias, para que el producto pase del productor al consumidor final, por tanto, incluye participantes en el proceso, las relaciones entre ellos, y el movimiento físico de la mercancía que constituyen las actividades de logística. (Eslava, 2017).

Estrategias de Distribución

Cuando un fabricante desarrolla un producto, debe tomar decisiones relacionadas con la estrategia de distribución que se implementará para vender el producto. Por ejemplo, si producimos una leche maternizada, podríamos optar por venderla en grandes cadenas de distribución (tipo Carrefour) o en farmacias. (Giner, 2019).

Obviamente, elegir uno u otro canal tiene muchas implicaciones. En el ámbito digital sucede lo mismo. Hay diferentes alternativas según el sector y el público objetivo al que se dirija. Cada producto requiere un análisis de su estrategia de distribución. Dentro de esto encontramos las siguientes estrategias, de acuerdo al autor antes mencionado:

- Estrategia exclusiva: La venta se realiza a través de un único intermediario. Éste se compromete a realizar un mínimo de ventas de dicho producto y a no distribuir los de la competencia.

- Estrategia selectiva: La distribución se lleva a cabo mediante un número limitado de intermediarios. La selección se hará en función del sector, prestigio del agente, importancia, posición en el mercado, etc.

- Estrategia intensiva: La venta se realiza a través de múltiples agentes con el objetivo de situar el producto en el mayor número de comercios posibles. Es propia de los bienes de consumo frecuente.

Función del Transporte dentro de los Canales de Distribución.

La función de transporte es el conjunto de actividades que nos permiten el traslado de los materiales y productos terminados de los proveedores a la empresa, y de ella a los clientes de forma que lleguen a sus destinos en las condiciones pactadas.

Aquí debemos indicar, además, que la función de transporte no solo incluye el

movimiento físico de los materiales, sino también las operaciones de carga, descarga, tiempos de espera, entre otros. Para las empresas, el análisis de esto es fundamental, pues su costo representa de uno a dos tercios del costo logístico total.

Transporte Terrestre por Carretera

Tabla 1

Ventajas y Desventajas del Transporte Terrestre

Ventajas	Desventajas
Versatilidad: Realiza los servicios, puerta a puerta, accediendo directamente a la zona a despachar de la empresa, puede llevar mercancía de forma directa al cliente. Adapta el vehículo al tipo de mercancía	Poca capacidad: En caso de gran cantidad de productos no puede competir con el ferrocarril o el barco
Agilidad: Se puede adaptar rápidamente a cualquier circunstancia cambiante.	Corto recorrido: Solo puede operar a unas determinadas distancias.
Exactitud: Se puede programar fácilmente la fecha de entrega del producto al cliente.	Saturación: Esta sometido a problemas de congestión del tráfico, así como a las condiciones atmosféricas.
Seguridad: Una persona (el Conductor) acompaña en todo momento a la mercancía	Siniestralidad: La carretera tiene el mayor índice de pérdida de toneladas por kilómetro recorrido.
Bajo coste: Derivado de una menor necesidad de protección del producto por medio de embalajes	Medio Ambiente: Tiene un alto coste para la salud y el medio ambiente, ya que provoca contaminación acústica y emisiones de CO ₂
Bajo rango de la documentación: Puede viajar solo con el albarán de entrega.	

Nota: Adaptada de Ventajas y Desventajas del Transporte Terrestre de Gómez, 2013. Gestión logística y comercial.

En la tabla 1, se puede observar cuáles son las ventajas de este tipo de transporte, el cual es considerado uno de los que generan más bajo costos y es uno de los medios más utilizados

para envíos nacionales.

Además, es importante resaltar las funciones del transporte logístico entre las que se destacan según, Beertack. (s.f.), en su página web, menciona:

- Se debe planificar las rutas de distribución para hacer la mayor cantidad de entregas en el menor tiempo posible.

- Planificar y realizar el transporte de productos, certificando la protección de los mismos, para que no sufran ningún daño o alteración, si se rompa la cadena de frío cuando exista.

-Garantizar entregas seguras de los productos teniendo en cuenta las medidas de bioseguridad por el contexto de la Pandemia, COVID-19.

-Tomar acciones resolutivas cuando existan obstáculos que afecten la continuidad de las entregas, como cuando existen altos niveles de tráfico.

-Aprovechar los recursos posibles de la mejor manera posible para reducir los costos del transporte terrestre.

Empresas Comerciales.

Las empresas comerciales desarrollan actividades de compra y venta de productos ya elaborados para el consumo humano o de materia prima para la producción de otros productos, es decir, no realiza dentro de la naturaleza de su negocio actividades para la transformación de la materia prima, se les conoce como, intermediarias entre las empresas industriales y el consumidor final. (Editorial Grudemi, 2019).

Dentro de este tipo de empresas se encuentran las que realizan distribución, realizando actividades comerciales con productos a los fabricantes y luego comercializarlos con diversas tiendas y almacenes, generalmente al mayor. Para efecto de este estudio, nos centraremos en la empresa Comercial Delgado, la cual tiene una trayectoria de 50 años en el mercado, ubicada en Valera, edo. Trujillo.

Esta empresa es privada y es reconocida por ser distribuidoras exclusivas de Manpa, empresa que produce papel higiénico y bolsas de papel en diferentes presentaciones, así como, distribuye mercancía de empresas productoras importantes en nuestro país, como lo son Colgate, Génica, Alimentos Polar, Wynco, Mondelez, Inalsa, Incarina, Café la protectora, entre otras más.

BASES LEGALES

En la presente investigación es importante señalar lo establecido en el Reglamento Parcial de la Ley orgánica de prevención, condiciones y medio ambiente de trabajo, donde se expone las normas de la Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo. Las disposiciones de este Reglamento son aplicables a los trabajos efectuados bajo relación de dependencia por cuenta de un patrono o patrona, cualquiera sea su naturaleza, el lugar donde se ejecute, persiga o no fines de lucro, sean públicos o privados.

Artículo 11, Se entiende por condiciones trabajo: 1. Las condiciones generales y especiales bajo las cuales se realiza la ejecución de las tareas. 2. Los aspectos organizativos y funcionales de las empresas, centro de trabajo, explotación, faena, establecimiento; así como de otras formas asociativas comunitarias de carácter productivo o de servicio en general; los métodos, sistemas o procedimientos empleados en la ejecución de las tareas; los servicios sociales que éstos prestan a los trabajadores y las trabajadoras, y los factores externos al medio ambiente de trabajo que tienen influencia sobre éste.

Artículo.21, párrafo 8. Se debe evaluar y conocer las condiciones de las nuevas instalaciones, maquinarias y equipos antes de dar inicio a su funcionamiento, así como formar y capacitar a los trabajadores y las trabajadoras sobre los mismos.

Artículo 25. Ubicación de los Servicios de Seguridad y Salud en el Trabajo. Los Servicios de Seguridad y Salud en el Trabajo deberán estar ubicados en el centro de trabajo, establecimiento o unidad de explotación o en su proximidad, de acuerdo a las normas técnicas

que se dicten al efecto. En ambos casos éstos deberán garantizar el cumplimiento efectivo de sus funciones. El patrono o patrona informará a los trabajadores y las trabajadoras, la ubicación del Servicio de Seguridad y Salud en el Trabajo propio o mancomunado, dentro de los tres (3) días hábiles siguientes al inicio de la relación laboral o de su puesta en funcionamiento.

Los artículos referidos permiten asociar que toda empresa, debe conocer, implementar las normas, que garantizan la prevención, y las condiciones de trabajo seguras en todas las áreas de la empresa, es decir, que es indistinto el tipo de organización y la naturaleza económica que oriente sus actividades.

Para efecto de este estudio, es importante resaltar que las condiciones y medio ambiente de trabajo seguro, específicamente en el área de almacenamiento y distribución de mercancía es importante, para el cumplimiento efectivo de cada una de las actividades en estas áreas, así como, la necesidad que los empleados conozcan y practiquen la previsión de su seguridad laboral.

Definición de Términos Básicos

Almacén: Es una unidad de servicio en estructura orgánica y funcional de una empresa, cuyo objetivo es proteger, custodiar, controlar y abastecer materiales (García, 2005)

Canal de Distribución: Es un sistema interorganizacional contractual y logístico que la administración de mercadotecnia realiza y activa para obtener los objetivos de distribución para que el producto pase del productor al consumidor. (Eslava, 2017)

Estrategia: Es el patrón de los movimientos de la organización y de los enfoques de la dirección que se usa para lograr los objetivos organizacionales y para luchar por la misión de la organización. (Thompson, 1998).

Logística: Es el proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas, de las existencias en proceso y de los bienes terminados del punto de origen al de consumo. (Lamb, 1987)

Operacionalización de la Variable

Tabla 2

Operacionalización de la Variable. Dimensión e Indicadores

Objetivo General: Proponer estrategias de logística y distribución para la empresa Comercial Delgado ubicada en Valera estado Trujillo, que generen beneficios en sus procesos comerciales en Valera, Estado Trujillo.				
Objetivos Específicos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Analizar la distribución y pedidos en la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera Edo Trujillo.	Logística y Distribución	Tipos de canales de distribución y pedidos (Giner, 2019)	-Pedidos claros y detallados -Variedad de productos	Encuesta Cuestionario
Describir el plan de almacenamiento y transporte en la empresa Comercial Delgado ubicada en Valera, Edo Trujillo.		Plan de almacenamiento y transporte (Mora, 2011 / Gómez, 2013)	-Eficiencia de recepción -Rutas en relación a la zona -Rotación	
Diseñar estrategias para el mejoramiento de la logística de distribución y almacenamiento en la empresa Comercial Delgado ubicada en Valera, Estado Trujillo, que generen beneficios en sus procesos comerciales	Propuesta			

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

El marco metodológico es el momento operacional presente en toda la investigación, es donde el investigador selecciona el conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver problema que originó el estudio. (Arias, 2006). En este caso se desarrollaron importantes aspectos relativos al tipo de estudio, diseño de la investigación, selección de técnicas e instrumentos de recolección de información, población abordar para lograr la información que se requiere para lograr los objetivos previamente establecidos.

Tipo de Investigación

La investigación en un primer nivel es de carácter descriptivo, por cuanto estuvo dirigido a encontrar respuestas a la problemática planteada, mediante el acopio de información relacionada con la variable de estudio, en un contexto determinado en este caso en la Empresa Comercial Delgado. Un estudio descriptivo “tiene como propósito la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación” (Méndez, p.134), por tanto, se puede señalar sus características y permite describir los hechos en forma precisa.

Siendo así, el nivel descriptivo fue el más adecuado para el presente estudio, toda vez que permitió proponer estrategias de logística y distribución para la empresa Comercial Delgado,

ubicada en Valera, Estado Trujillo, que generen beneficios en sus procesos comerciales.

En un segundo nivel, se establece que la presente investigación es proyectiva dado que se diseñan estrategias viables a la empresa para aumentar su productividad. Los estudios proyectivos “se trata de una propuesta de acción para resolver un problema práctico o satisfacer una necesidad. Es indispensable que dicha propuesta se acompañe de una investigación, que se demuestre su factibilidad o su posible relación” (Arias, p.134). En este caso, primero se analizó la distribución y pedidos en la empresa Comercial Delgado, y luego se describe el plan de almacenamiento y transporte, y con esto se presenta la propuesta que contiene el diseño de las estrategias de logística y distribución

Diseño de Investigación

El estudio se desarrolla con un diseño de campo ya que la recolección de datos, se realizó en tiempo real sin alteración de la variable, lo que alguna permite estudiar la situación actual en la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera, edo. Trujillo.

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de todos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar la variable, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes, de ahí, su carácter de investigación no experimental. Claro está, en una investigación de campo, también se emplea datos secundarios, sobre todo los provenientes de fuentes bibliográficas, a partir de los cuales se elabora el marco teórico. No obstante, son los

datos primarios obtenidos a través del diseño de campo, lo esenciales para el logro de los objetivos y la solución del problema planteado. (Arias 2012).

Población y Muestra

El termino población es un “conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas la conclusión de la investigación” (Arias, p.81). Quedando delimitada por el problema y por los objetivos del estudio. De igual manera el mencionado autor, refiere a la población finita como la agrupación donde se conoce la cantidad de unidades que la integran y a su vez se tiene un registro documental de dichas unidades.

De acuerdo a lo antes mencionado, en la presente la población a estudiar cómo la muestra serán las mismas, dado que es finita y el investigador tiene acceso a ella. Para el caso de este estudio la población está conformada por 20 empleados de la empresa, seleccionados de acuerdo a los departamentos que llevan las funciones de distribución, almacenamiento, gerencia comercial, gerencia general, ventas, facturación, gastos, contabilidad y despacho.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las técnicas de recolección de datos, son el conjunto de procedimientos más operativos en el diseño de la investigación, los cuáles nos indican exactamente que métodos se seleccionaron para abordar la realidad objeto de estudio. (Tamayo, 1999). En este caso, la investigación se realizó utilizando la técnica de la encuesta, y como instrumento de recolección datos el cuestionario.

El instrumento utilizado se conformó con ocho (8) preguntas dicotómicas con sólo dos (2) alternativas de respuesta sí-no, correspondientes a cada indicador, extraído de la dimensión y variable de estudio, como es logística y distribución. Ver Anexo 1

Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento a ejecutar en esta investigación está sujeta al coeficiente de Kuder- Richardson. Las fórmulas deducidas por Kuder y Richardson están destinadas a estimar la confiabilidad de una prueba.

En esta investigación se utiliza la fórmula KR20 utiliza información acerca de la dificultad de cada pregunta, ya que se basa en el número de preguntas del examen, la suma de sus varianzas y la varianza total del examen. La Fórmula KR21 es más sencilla, puesto que requiere menos información y asume que las preguntas poseen el mismo grado de dificultad (aunque, por otra parte, también proporciona un coeficiente de fiabilidad más bajo que la Fórmula KR20). Se halla a partir del número de preguntas del examen, la puntuación media obtenida en el mismo y la desviación estándar. (Palacios et al. 2019)

A continuación, se presenta el cálculo de la formula y los datos se observan en el Anexo 2

$$KR - 20 = \left(\frac{k}{k - 1} \right) * \left(1 - \frac{\sum p \cdot q}{Vt} \right)$$

KR-20= Coeficiente de Confiabilidad (Kunder-Richardson)

k= Número total ítems en el instrumento

V_t = Varianza total

$S(P.Q)$ = Sumatoria de la varianza de los ítems

p = TRC / N; Total de Respuestas Correctas (TRC) entre el número de sujetos participantes (N)

q = $1 - p$

$$KR - 20 = \left(\frac{8}{8-1} \right) * \left(1 - \frac{\Sigma 1.53}{3.94} \right)$$

$KR - 20 = 0.70$

Se considera aceptable la mayoría de los ítems de repuesta dicotómicas

Técnicas de Procesamiento y análisis de datos

En esta investigación se utilizó la estadística descriptiva, para la recolección de datos, la técnica de recolección de datos a realizar es la encuesta, con un instrumento tipo cuestionario dirigido a los empleados de la empresa Comercial Delgado, que son parte de la población de esta investigación. La estadística descriptiva es un conjunto de técnicas numéricas y gráficas para describir y analizar un grupo de datos, sin extraer conclusiones (inferencias) sobre la población a la que pertenecen, que permite analizar los resultados obtenidos, en este caso mediante tablas y gráficas. (Hernández, et al. 2018)

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Conocida la metodología que se aplicó para el desarrollo de la investigación, a través de la utilización del instrumento respectivo, se solicitó a la empresa Comercial Delgado C.A, la autorización para ingresar a las instalaciones y llevar a cabo la recolección de la información, siendo está dirigida a los empleados de dicha empresa y así se obtuvieron los hallazgos que facilitaron la elaboración de la propuesta.

Análisis de Resultados del cuestionario aplicado a los empleados en la empresa

Comercial Delgado C.A

Para realizar el análisis de los resultados se procedió a presentar los resultados obtenidos en tablas y gráficos, de cada una de las preguntas que conforman el instrumento, y que responden a cada uno de los indicadores, dimensiones y variable de estudio como es, logística y distribución.

Dimensión: Tipos de Canales de Distribución y Pedidos

Ítem. 1. ¿La fuerza de Venta cuenta con la información de clientes en cuanto a código, nombre, dirección, tipo de negocio, límite de crédito, días de créditos descuentos?

Tabla 3

Información para la Fuerza de Venta.

Indicador: Pedidos Claros y Detallados			
Ítem	Si	No	
La fuerza de Venta cuenta con la información de clientes en cuanto a código, nombre, dirección, tipo de negocio, límite de crédito, días de créditos descuentos	19	1	
Total (%)	95%	5%	

A Continuación, se muestra la Figura 1, donde se observan los resultados obtenidos

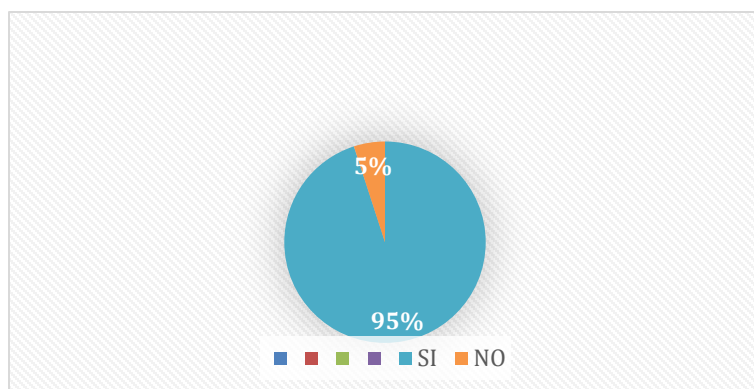


Figura 1

Información de la Fuerza de Venta

Respecto a la información recolectada se obtiene que el 95% del personal de la empresa Comercial Delgado C.A, tiene el conocimiento e información referente a los clientes, y solo el cinco por ciento notifico que no está al tanto, no obstante, se observó que se refiere a personal no relacionado con el departamento de ventas. De acuerdo a Ballau (2006), es importante que, para gestionar efectivamente la logística y distribución, la empresa facilite la información relacionada con el punto de origen hasta el punto de consumo, con la finalidad satisfacer los requerimientos de los clientes.

Siguiendo con el Ítem.2. ¿Notifican promociones y descuentos?

Tabla 4

Notificaciones de Promociones y Descuentos

Indicador: Pedidos Claros y Detallados		
Ítem	Si	No
¿Notifican promociones y descuentos?	20	0
Total (%)	100 %	0

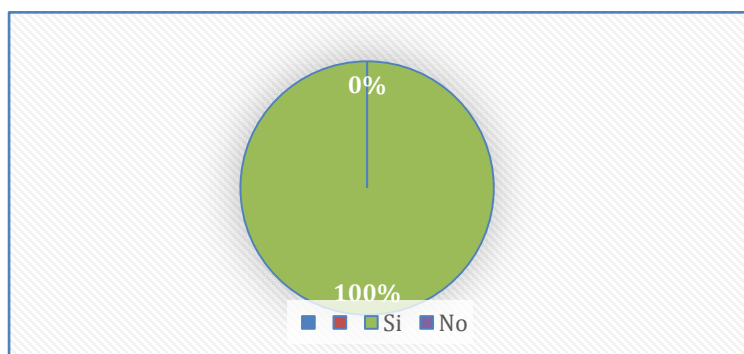


Figura 2

Notificaciones de Promoción y Descuento

Respecto a la información recolectada se obtiene que el 100% del personal de la empresa Comercial Delgado C.A, tiene el conocimiento e información referente a las promociones y descuentos de la mercancía, garantizando los procedimientos establecidos. Lo que indica que existe una relación con la información del ítem anterior, en cuanto que la fuerza de venta cuenta con la información de clientes en cuanto a código, nombre, dirección, tipo de negocio, límite de crédito, días de créditos descuentos, no obstante, se resalta la importancia que todo el personal conozca esta información, puesto que es una empresa comercial de alta distribución de mercancía y los clientes merecen información actualizado

Ítem. 3 ¿Emiten listas de precios de la mercancía existente?

Tabla 5

Lista de Precios de Mercancía

Indicador: Pedidos Claros y Detallados		
Ítems	Si	No
¿Emiten listas de precios de la mercancía existente?	19	1
Total (%)	95%	5%

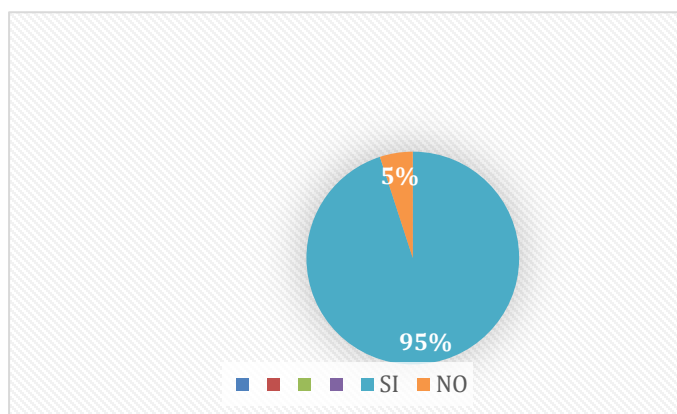


Figura 3

Lista de Precio

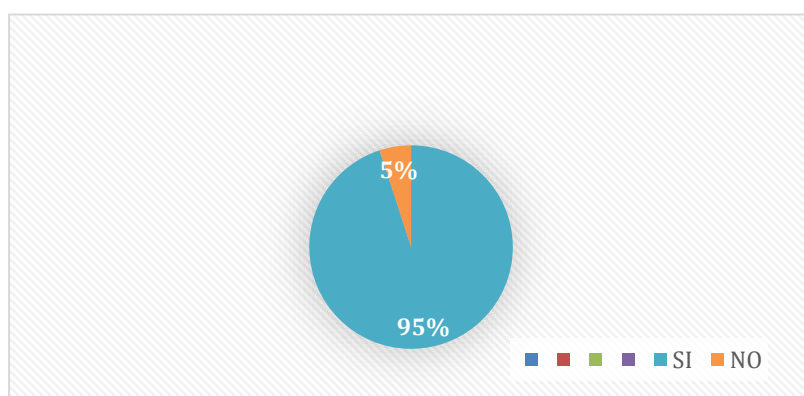
Respecto a la información recolectada se obtiene que el 95% del personal de fuerza de venta de la empresa Comercial Delgado C.A, tiene el conocimiento e información referente a las listas de precio de la mercancía existente y el cinco por ciento, no muestran listas de precios por omisión o falta de interés del personal, en tanto, se considera que parte del personal en este caso uno por ciento, no está al tanto de la información que sobre las ventas se debe conocer y manejar, con la finalidad que la empresa pueda captar y mantener sus clientes. Perdiendo competitividad en el mercado. Al respecto Eslava (2017), indica que la logística y distribución se ocupa de las relaciones comerciales entre proveedores y consumidores, por tanto, es necesario que en la empresa este proceso de logística cumpla con toda la información para que el producto pueda llegar a los puntos de venta y satisfacer al cliente

Dimensión: Plan de almacenamiento y transporte

Item.4. ¿El inventario está clasificado por tipo y código?

Tabla 6*Información Clasificación del Inventario*

Indicador: Eficiencia de Recepción de Mercancía		
Ítem	Si	No
¿El inventario está clasificado por tipo y código?	19	1
Total (%)	95%	5%

**Figura 4***Información de Clasificación del Inventario*

Según el resultado obtenido, el 95% del personal señaló que el inventario está codificado por tipo y en atención a los códigos de cada mercancía que entra al almacén, sólo una persona que representa el cinco por ciento, desconoce esta información. No obstante, el personal comentó que los productos están codificados en el sistema y por falta de tiempo no están identificados, especialmente cuando se trata de la entrada de mercancía nueva que llega al almacén.

En relación a esto Gómez (2013), indica lo importante de la función de registro de entrada y codificación de los materiales cuando llegan al almacén, en cuanto a etiquetas, códigos u otros medios de los artículos recibidos para determinar los faltantes y daños en los materiales, con la

finalidad de tomar las acciones adecuadas para reportar las diferencias que se presenten.

Item.5. ¿Conoce las normas de almacenamiento?

Tabla 7

Normas de Almacenamiento

Indicador: Eficiencia de Recepción de Mercancía		
Ítem	Si	No
¿Conoce las normas de almacenamiento?	6	14
Total %	30%	70%

A continuación, se presenta la información en forma ilustrativa en el Grafico 5

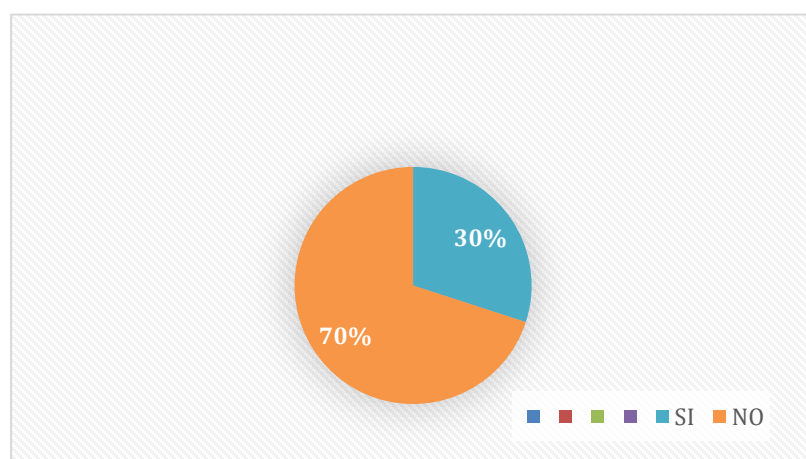


Figura 5

Normas de Almacenamiento

En relación a las normas de almacenamiento en la empresa Comercial Delgado C.A, se observa que el 30% del personal las conoce, sin embargo, el 70% manifiesta no conocer las normas de almacenamiento. Esta situación dista de lo señalado por Mora (2011), cuando refiere a

la importancia de guardar y emitir autorización de ingreso y salida de mercancía, previamente autorizada, cumpliendo con los métodos de almacenamiento de acuerdo a la política de la organización. Esto nos indica la necesidad de realizar un entrenamiento o inductivo a todo el personal de despacho, enseñándoles las técnicas para almacenaje y recepción, indicando las cantidades mínimas y máximas de ruma por cada producto

Item.6. ¿Se planifican las rutas del despacho?

Tabla 8

Información Rutas de Despacho

Indicador: Rutas en relación a la Zona		
Ítem	Si	No
¿Se planifican las rutas del despacho?	18	2
Total %	90%	10%

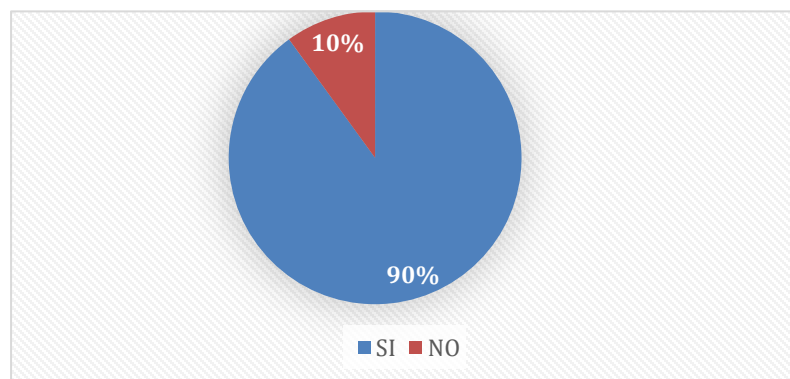


Figura 6

Información Rutas de Despacho

Como puede observarse en la Tabla y Gráfico 6, el 90% del personal encuestado indica

que se planifican las rutas del despacho en la empresa Comercial Delgado C.A, pero un diez por ciento responde que no se realiza, por lo que puede inferirse que pueda generar en algunos casos demora en la entrega de mercancía a los clientes. Esto puede perjudicar la empresa, y tal como menciona, Noega Systems. (2016) en su página web, la expedición de mercancías comienza desde que el cliente realiza el pedido, comenzando el proceso con la selección de mercancía y embalaje, así como la elección del medio de transporte, y constituye una importante función en el almacenamiento.

Item.7. *¿Conocen la capacidad y peso de los vehículos de carga?*

Tabla 9

Información Capacidad y Peso de los Vehículos

Indicador: Rutas en Relación a la Zona			
Ítem	Si	No	
¿Conocen la capacidad y peso de los vehículos de carga?	11	9	
Total %	55%	45%	

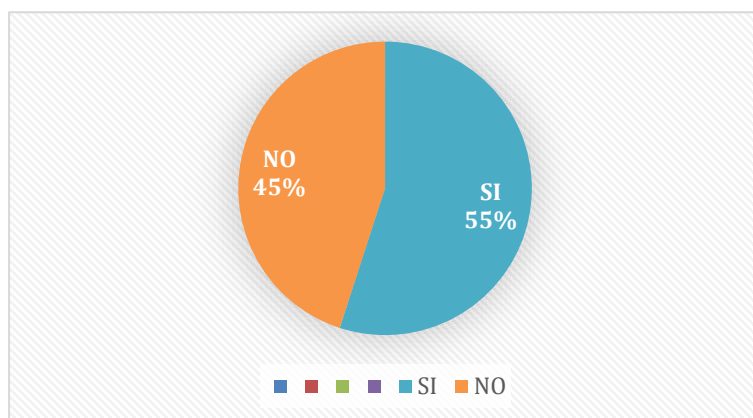


Figura 7

Información Capacidad y Peso de los Vehículos

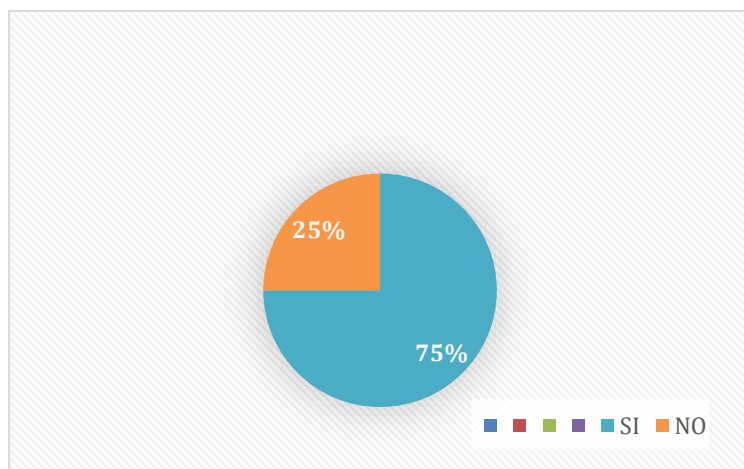
Respecto a la información solicitada en la encuesta dirigida a la empresa Comercial Delgado, arrojo que el 55% conoce la capacidad y peso de los vehículos de carga, y un 45% no las conoce, reflejando que hay que dar inducción al personal en cuanto al cálculo del peso en cada producto, de igual forma informar la carga máxima en kilo que puede transportar cada camión.

Al respecto (BeerTack, s.f), mencionan la importancia de contar con el transporte logístico adecuado, de forma que cumplan con las funciones de evitar obstáculos que afecten la continuidad de las entregas, como cuando existen altos niveles de tráfico y aprovechar los recursos posibles de la mejor manera posible para reducir los costos del transporte terrestre.

Item.8. ¿Conoce el tiempo estimado en relación a las zonas a despachar?

Tabla 10*Rutas en Relación a las Zonas*

Indicador: Rutas en Relación a la Zona			
Ítem	Si	No	
¿Conoce el tiempo estimado en relación a las zonas a despachar?	15	5	
Total %	75%	25%	

**Figura 8***Rutas en Relación a la Zona*

Respecto a la información solicitada en la encuesta, el 75% del personal de la empresa manifestó que conoce el tiempo estimado y las zonas a despechar, mientras que el 25% no lo conoce. Al respecto Gómez (2013), señala que el despacho del embarque, es importante conocer el tiempo estimado y la zona de despacho, para esto se preparan los pedidos y la documentación requerida para su embarque y así poder enviarlos hacia los vehículos de transporte, para esto se debe realizar procesos de embalaje, el precintado, el etiquetado, lo que permite la efectiva

organización del despacho y la atención satisfactoria de los clientes.

Conclusión General de Análisis de Resultados

La investigación se realizó al personal de la empresa Comercial Delgado C.A, con la finalidad de proponer estrategias para optimizar el proceso de almacenamiento y distribución de la mercancía, enfocándose en la eficacia de pedidos y transporte, ya que se solicita tener una mejor recepción, rutas en relación a la zona, rotación de mercancía, pedidos claros y detallados y variedad de productos. Optimizar y diseñar estrategias en cuanto a logística y distribución.

La encuesta evidencio que el personal del departamento de ventas está satisfecho con la información suministrada en cuanto código, descuento, créditos de clientes. Además, conocen las promociones y descuentos de la mercancía.

En cuanto al inventario, se obtuvo que el 95% del personal concuerda que el inventario está clasificado por tipo y código, el cinco por ciento indicó que lo desconoce, esto puede deberse a la falta de tiempo ya que suele llegar mercancía y al momento no está codificada ni registrada.

En cuanto a las normas de almacenamiento, sólo el 30% de los empleados las conocen el 70% la desconocen. Esto evidencia la necesidad de realizar un proceso de capacitación e inducción para que el personal del área de despacho, tenga conocimiento sobre este tema, siendo de suma importancia conocer estas normas y técnicas de almacenamiento, obteniendo un mejor estado de mercancía

Por otra parte, el 55% del personal conoce la capacidad y peso de los vehículos de carga, en tanto el 45% las desconocen, reflejando que hay que dar inducción al personal en cuanto la capacidad de los vehículos de carga. De hecho, el personal indico ejemplos de esto como son: un camión cargo 1721 una capacidad de 12.000kg donde se recomienda solo usar 9.500kg, ya que no se debe utilizar la capacidad máxima del camión. Y los cargo 815 con una capacidad de 6.000kg pudiéndose utilizar una capacidad de 4.500kg o 5.000kg

En esta investigación se estudió el tiempo estimado a las zonas a despachar en la empresa, obteniendo como resultado que un 75% del personal conoce el tiempo estimado a las zonas a despachar, y el 25% no. Esta situación irregular se debe tener en cuenta al tiempo momento de despachar mercancía, de esta manera se tiene mayor organización en cuanto a los clientes.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En esta etapa, se tomó en cuenta cada uno de los objetivos planteados para la presente investigación, así como los resultados obtenidos del análisis de datos de la variable bajo estudio, con el fin de plasmar de manera sintetizada las consideraciones más importantes a modo de conclusión, para dar respuesta a las estrategias de logísticas y distribución en la Empresa Comercial Delgado.

En relación al primer objetivo, sobre analizar la distribución y pedidos de la empresa Comercial Delgado C.A, específicamente referente a la dimensión, tipos de canales de distribución y pedidos, se evidencio que el personal de la empresa tiene el conocimiento e información referente a los clientes, no obstante, existe personal que no está al tanto de esta información, aunque pertenece al departamento de ventas. Además, el personal tiene el conocimiento e información referente a las promociones y descuentos de la mercancía.

Con relación al segundo objetivo específico, Describir el plan de almacenamiento y transporte en la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera, edo. Trujillo, se observó que los productos de inventario están codificados en el sistema y por falta de tiempo no están identificados, además se observó que la mayoría del personal no conoce las normas de almacenamiento, por lo que se refleja que hay que realizar un inductivo a todo el personal de

despacho. Además, se refleja que se debe realizar una inducción al personal en cuanto al cálculo del peso en cada producto, de igual forma informar la carga máxima en kilo que puede transportar cada camión. También se evidencio que la empresa cuenta con una planificación de las rutas de despacho, una pequeña parte del personal no conoce el tiempo estimado al momento de despachar mercancía, se debe notificar ya que de esta manera se tiene mayor organización en cuanto a los clientes.

En atención al tercer objetivo, Diseñar estrategias para el mejoramiento de la logística de distribución y almacenamiento de la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera, Edo Trujillo, en la presente investigación se presenta el capítulo VI, donde se establecen las estrategias de logística y distribución

Recomendaciones

Considerando lo expuesto en las conclusiones, y con base en los resultados obtenidos, se hace indispensable plantear una seria de recomendaciones sobre los objetivos e indicadores estudiados en este trabajo de grado, como se muestra a continuación:

- Publicar información semanal sobre promociones, descuentos, lista de precio
- Inducción de Normas de almacenamiento para el personal, igualmente se puede colocar una cartelera con la información planteada
- De esta misma manera, plantear en la cartelera la capacidad de los vehículos de carga

- Se recomienda contratar un ayudante en el área de almacén, de esta manera ayudara a agilizar el inventario y su codificación

- Establecer una encuesta o evaluación de desempeño del personal de manera semestral teniendo en consideración los objetivos estratégicos de la empresa y el cumplimiento de los indicadores.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

Propuesta: Estrategias de Logísticas y Distribución para la Empresa Comercial Delgado.

Mediante la obtención del análisis de los resultados, así como de las conclusiones y recomendaciones generadas en la investigación, se presentan la propuesta contentiva de las estrategias de logística y distribución para la empresa Comercial Delgado. Según Niebel y Freivalds (2008) en dicha propuesta deben considerarse los aspectos claves y utilizar los resultados de los capítulos anteriores, para sustentar la propuesta.

La propuesta se realizará en atención a cada uno de los indicadores, que responden a la dimensión y objetivos de la investigación, y buscando elementos que minimicen los resultados negativos y fortalezcan los aspectos positivos que pudieron observarse en el análisis de los resultados.

Estrategia 1. Suministrar al personal que no cuenta con la información de clientes en cuanto a código, nombre, dirección, tipo de negocio, límite de crédito, días de créditos y descuentos suministrarle la información necesaria, ya que todo el personal relacionado con despacho, almacén, choferes, ayudantes, administración, facturación y vendedores deben tener conocimiento de dicha información, de esta manera se evita errores a la hora de trabajar con la mercancía. Se puede realizar un formato que contenga la información necesaria y además

remitirla vía email, a todo el personal que lo requiera. También es necesario realizar los Manuales de Procedimientos en el Área de Almacén y distribución de forma que contenga actualizada este tipo de información.

Estrategia 2. Diseñar políticas de promociones y descuentos en atención a las necesidades de la empresa y para dar impulso a las ventas, para esto es necesario involucrar al personal directivo y operativo de la empresa. Es importante mantener la información sobre promociones y descuentos actualizados y en físico, para que el personal y los clientes puede conocer dicha información. Esto puede realizarse contando con un directorio de clientes actualizado, de forma que pueda ser vía email, por contacto telefónico o directo dar a conocer las promociones y descuentos.

Estrategia 3. Mantener actualizada y en físico la Listas de precios de la mercancía existente, de forma que los vendedores puedan contar con referencias actualizadas. Además, en este aspecto influye que el mismo personal compra dentro de la empresa.

Estrategia 4. Gestionar el Inventario, para lo cual se hace necesario contratar personal de forma que se agilice los procesos, además de esto genera mayor eficiencia en las demás actividades del inventario y almacén. Como una mayor eficiencia en los despachos. Es necesario diseñar una política de mantenimiento del almacén y que sea implementada a la brevedad posible, dado que no se cuenta con un proceso de organización de espacio y de mercancía.

Estrategia 5. Realizar un Manual de las normas de almacenamiento para el personal de la empresa, siendo esto de suma importancia ya que cada empleado que trabaja en almacén, debe tener el conocimiento necesario para evitar futuros accidentes y daños. Este manual puede

contener las siguientes normas básicas:

Disponer de un buen sistema de iluminación: Esto es imprescindible para ejercer el trabajo en condiciones óptimas. Si no se dispone de suficiente luz natural en el almacén, debe haber focos de luz que iluminen todas las áreas del mismo.

Contar con un adecuado sistema de ventilación: Debe haber ventanas o rejillas por las que circule aire limpio. Esto es fundamental para evitar zonas malolientes y posibles olores tóxicos peligrosos para el personal.

Todas las entradas y salidas de almacén, incluidas las salidas de emergencia, deben estar visibles, accesibles y libres de obstáculos para poder evacuar el almacén.

Tener dispositivos automáticos o semiautomáticos para la detección y extinción de incendios que puedan tener lugar en el interior o exterior del almacén: alarma, extintores, manguera, etc. Han de estar señalizados y ser accesibles en caso de emergencia.

Cuando se maniobra con maquinaria en el interior del almacén se debe manejar con precaución, respetando los límites de velocidad y las distancias de seguridad. Así se evitarán atropellos y choques con otras máquinas o personas.

Debe haber una vía exclusiva para el personal que se mueva a pie por el almacén.

Una carga física debe estar acomodada y equilibrada de la forma adecuada a la persona que la porte o a la maquinaria. De esta forma se evitarán caídas o daños a terceras personas.

Todos los desniveles, ya sean por rampa o escalón, deben estar señalizados para evitar

caídas o tropiezos, sobre todo si se llevan cargas.

Si se almacena productos químicos, éstos se deben almacenar en sus envases originales, en áreas especiales, señaladas y siempre por encima del nivel del suelo, como por ejemplo en una estantería.

Revisión de todo el material, infraestructura y maquinaria de la que dispone el almacén, tanto en estanterías como en otros espacios. Se deben realizar verificaciones periódicas del estado de los mismos.

Si se va a hacer trabajos en altura, se debe disponer de plataformas elevadoras. El personal que trabaje con ellas debe respetar siempre las normas de seguridad específicas.

Todos los pasillos deben tener un ancho adecuado para facilitar la circulación y desplazamiento de personas, así como las maniobras con maquinaria.

En definitiva, el conocimiento y el cumplimiento de estas normas para un almacén son imprescindibles para no comprometer la seguridad de ningún empleado. Utilizarlas y aplicarlas, evitarán accidentes y daños, que de no emplearse pueden suponer consecuencias nefastas.

Estrategia 6. Planificar las Rutas del despacho para evitar retrasos por averías, condiciones climáticas adversas o carreteras en malas condiciones, son eventualidades que dificultan los procesos de entrega de la mercancía. En consecuencia, los fallos en el transporte logístico generan problemas que inciden directa y negativamente en la experiencia del cliente final. Por lo tanto, se hace necesario una planificación previa de las rutas de distribución para evitar este tipo de contratiempos.

Es importante decir que se deben planificar las rutas de despacho ya que esta tiene múltiples beneficios como:

Ahorro de tiempo: Reducir los plazos de entrega permite atender a más clientes en el transcurso del día.

Mejor gestión de transporte: Recorrer menos kilómetros, consumir menos combustible y utilizar solo los vehículos necesarios ayuda a optimizar los recursos.

Medidas preventivas y reactivas: Para contar con rutas alternas en casos de emergencia, pedidos de última hora y otros posibles contratiempos que necesiten ser atendidos con mayor celeridad.

Satisfacción de los clientes: Brindar un excelente servicio de entrega afianza la relación empresa/cliente, generando relaciones fuertes y duraderas.

Estrategia 7. Realizar carteles informativos sobre la capacidad de los Vehículos de carga, de forma que todo el personal de despacho como el resto de los trabajadores, conozcan la capacidad de los camiones, como conocimiento general de la empresa donde trabaja, en este caso la empresa utiliza camiones 815 y 1721.

Se plantea de manera informativa, una inducción donde se explique que los camiones 815 poseen una capacidad de 6.000kg, pero es recomendable usarlo hasta los 5.000kg como máximo o 4.500kg si es de subida. Y el camión 1721 tiene una capacidad de 12.000kg, pero se recomienda como máximo utilizar hasta 10.000kg y si es de subida 9.500kg. Teniendo en cuenta que toda la carga debe estar administrada equitativamente en el camión, de esta manera el camión

estaría equilibrado.

Estrategia 8. Planificar el Tiempo estimado en relación a las zonas a despachar mediante un cronograma donde se establezcan actividades y tiempo, de forma que cada trabajador el área de despacho conozca el tiempo, así como posibles inconvenientes para e despacho.

Es importante que toda la empresa, no solo el área de despacho, sino también del Departamento de facturación y el área administrativa intervengan en la planificación de los despachos, para generar soluciones en cuanto a cualquier situación que pueda ocurrir, ya sea colas, huelgas, demora en recibir la mercancía por parte del cliente, entre otros. Para poder tener un tiempo más exacto, se debe tener en cuenta la cantidad de mercancía a despachar.

Factibilidad de la propuesta

La empresa Comercial Delgado cuenta con recursos necesarios para implementar dicha propuesta, siendo estos recursos financieros, metodológicos, humanos, administrativos, tomando en cuenta esto la Dirección General de la empresa conoce las debilidades y fortalezas en el proceso de logística y distribución por lo tanto con el conocimiento de estas estrategias pueden ser implementadas mejorando las situaciones desfavorables y fortalecer aquellos aspectos consolidados. Aplicándose lo más pronto posible para lograr que la logística y distribución se canalice logrando sus objetivos en este tipo de empresa comercial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFIAS

- Añez, L., Ferrer, E., Núñez M., Valera, L. (2015). *Redistribución en el área de almacén para la empresa Elga de Venezuela, C.A.* [Tesis de pregrado]. Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín. <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0056622/cap02.pdf>.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de Investigación*. Editorial Epistem.
- Ballou, R. (2006) *Logística. Administración de la cadena de Suministro*. Editorial Pearson.
- Beertack. (sf.). *Transporte logístico: tipos, importancia y funciones de la logística de transporte*. <https://www.beetrack.com/es/blog/transporte-logistico>
- Cardoza, J (2018). *Estrategias Gerenciales que contribuyan con el mejoramiento de la gestión logística de transporte internacional de las empresas ensambladoras del sector automotor, ubicadas en el Estado Carabobo*. [Tesis de postgrado]. Universidad de Carabobo. <http://www.riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/7347/1/jcardoza.pdf>
- Cuatrecasas, Ll. (2012). *Logística y Gestión de la Cadena de Suministros*. Ediciones Díaz Santos. https://books.google.co.ve/books?id=PIKtMJQHv68C&printsec=frontcover&dq=cadena+de+suministros&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=cadena%20de%20suministros&f=false
- Chandler, A. (2003). *Strategy and Structure. Chapters in the history of the American Industrial Enterprise*. Beard Books.
- Chopra, S., Meindl, P. (2006). *Administración de la cadena de suministro: estrategia planeación y operación*. Pearson Prentice Hall.
- Editorial Grudemi (2019). *Empresas comerciales*. Recuperado de Enciclopedia Económica <https://enciclopediaeconomica.com/empresas-comerciales/>.
- Eslava, A. (2017). *Canales de Distribución Logísticos Comerciales*. Ediciones de la U. https://books.google.co.ve/books?hl=es&lr=lang_es&id=6zOjDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA19&dq=canales+de+distribuci%C3%B3n+log%C3%ADstica&ots=FnC5awz2cH&sig=GILgf8DjdHNYoO8OL9XDeav27EM&redir_esc=y#v=onepage&q=canales%20de%20distribuci%C3%B3n%20log%C3%ADstica&f=false
- Franklin, E. (2004). *Organización de Empresas*. Segunda Edición. Mc Graw Hill.
- Giner, G. (2019). *Canales de distribución ¿Cuál es el adecuado para tu negocio?*

<https://www.escueladenegociosydireccion.com/revista/business/emprendedores/canales-de-distribucion-cual-es-el-adecuado-para-tu-negocio/>

- García, A. (2005). *Almacén: Planificación y Control de Proyectos*. Editorial Prentice Hall
- Gómez, J. (2013). *Gestión Logística y Comercial*. Editorial Mc Graw Hill.
<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=sites&srcid=ZGVmYXVsdGRvbWFpbnxyZW N1cnNvc2RlbGF1bGFsb2dpc3RpY2F8Z3g6ZW FhNjRlZmU2YmNjMjQ5>.
- Guiltinan, J., Gordon, P., Thomas, M. (2003). *Gerencia de marketing. Estrategias y programas*. Mc Graw-Hill. Bogotá.
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista, P (1998). *Metodología de la Investigación*, Segunda edición: Interamericana. México, D.F.
- Hernández, B. (2017). *Evaluación de la Gestión de Despacho y Distribución de productos en la empresa Alimentos Polar Comercial C.A., Sucursal San Fernando de Apure Estado Apure*. [Tesis de postgrado]. Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales “Ezequiel Zamora”
http://opac.unellez.edu.ve/doc_num.php?explnum_id=846
- Lamb, C., Hair, J., McDaniel, C. (2002). *Marketing, Sexta Edición*. International Thomson Editores S.A., 2002.
- Lopa, M. (2020). *Logística de distribución y calidad de servicio en los colaboradores del centro de distribución Sodimac, Lurín*. [Tesis de pregrado]. Universidad Autónoma de Perú.
<http://repositorio.autonoma.edu.pe/bitstream/AUTONOMA/1092/1/Lopa%20La%20Torre%2c%20Mariheli%20Alexandra.pdf>.
- Madriz, D. (2018). *Cadena de Valor logística en las Pymes manufactureras del Municipio San Cristóbal, Estado Táchira, Venezuela*. Universidad de los Andes.
<https://www.redalyc.org/journal/4655/465566915007/>
- Medina, S. (2020). *Gestión logística y calidad total en la empresa Inter Logistics SAC, Callao*. [Tesis de pregrado]. Universidad Cesar Vallejo, Perú.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/54421/Medina_GSG-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Méndez, C. (2001). *Metodología*. (3. ed.). Editorial McGraw Hill.
- Mora, L (2011). *Gestión logística en centros de distribución, bodega y almacenes*. Editorial ECOE.
- NoegaSystems. (2017). *Soluciones de almacenaje. Guía Básica de Sistema de Almacenaje*.
<https://www.noegasystems.com/blog/logistica/almacen-funciones-actividades->

planificacion-ubicacion.

NoegaSystems. (2016). *Tipos de Almacenes en la cadena logística*.

<https://www.noegasystems.com/blog/almacenaje/tipos-de-almacenes-cadena-logistica>

Palacios, I., Alonso, R., Varela, M., Calvo, Y., Fernández, F., Gómez, L., López, P., Rodríguez, Y., Varela, J. (2019). Diccionario electrónico de enseñanza y aprendizaje de lenguas. <https://www.dicenlen.eu/es/diccionario/entradas/coeficientes-fiabilidad-kuder-richardson>

Reglamento parcial de la Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo. de 1 de enero de 2007. astmed.com.ve/wp-content/uploads/2014/07/reglamento-parcial-de-la-lopcymat-2007.pdf

Quiroa, M. (07 de enero, 2020). *Producto*. Economipedia.com.

<https://economipedia.com/definiciones/producto.html>

Tamayo, M. (1999). *Técnica y recolección de Datos*. Editorial Limusa.

Thompson, I. (2007). *Definición de Distribución*. Promonegocios.net.

<https://www.promonegocios.net/distribucion/definicion-distribucion.html>

Velásquez Enrique. (2019). *La Logística de distribución y los servicios de atención al cliente en la empresa Ajeper del Oriente S.A. - Pucallpa*. [Tesis de pregrado]. Universidad Nacional Agraria de la Selva, Perú.

http://repositorio.unas.edu.pe/bitstream/handle/UNAS/1479/EVR_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXO 1

Instrumento de Recolección de Información

Instrumento. Logística y Distribución		
Dimensión: Tipos de canales de distribución y pedidos		
Preguntas:	Si	No
1. ¿La fuerza de Venta cuenta con la información de clientes en cuanto a código, nombre, dirección, tipo de negocio, límite de crédito, días de créditos descuentos?		
2. ¿Notifican promociones y descuentos?		
3. ¿Emiten listas de precios de la mercancía existente?		
Dimensión: Plan de almacenamiento y transporte		
4. ¿El inventario está clasificado por tipo y código?		
5. ¿Conoce las normas de almacenamiento?		
6. ¿Se planifican las rutas del despacho?		
7. ¿Conocen la capacidad y peso de los vehículos de carga?		
8. ¿Conoce el tiempo estimado en relación a las zonas a despachar?		

ANEXO 2

Aplicación de Kuder Richardson al Instrumento

APLICACIÓN KUDER RICHARDSON EN UNA MUESTRA DE 9 SUJETOS

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
1	1	1	1	1	0	1	1	1	7
2	1	0	1	0	0	1	0	0	3
3	0	0	1	1	1	1	1	1	6
4	1	1	1	1	0	1	1	0	6
5	1	0	0	1	0	0	1	0	3
6	1	1	1	1	1	1	1	1	8
7	1	0	1	0	1	0	1	0	4
8	1	1	1	1	0	1	1	1	7
9	1	1	1	0	0	0	0	0	3
SUMA	8	5	8	6	3	6	7	4	
P	0,89	0,56	0,89	0,67	0,33	0,67	0,78	0,44	
Q	0,11	0,44	0,11	0,33	0,67	0,33	0,22	0,56	
PQ	0,10	0,25	0,10	0,22	0,22	0,22	0,17	0,25	
S(PQ)	1,53								
K	8								
Vt	3,94								
1 PARTE	1,14								
2 PARTE	0,61								
KR20	0,70								

FACIL
ACEPTABLE
MODERADA
ACEPTABLE
DIFICIL



UNIVERSIDAD “VALLE DEL MOMBOY”

ESCUELA DE INGENIERIA INDUSTRIAL

FACULTAD DE INGENIERIA

CARVAJAL EDO TRUJILLO.

Con la finalidad de contar con datos válidos para el desarrollo de la investigación denominada: **Estrategia de Logística y Distribución en la Empresa Comercial Delgado, Valera, estado Trujillo**, solicito su valiosa colaboración en el sentido de responder a la totalidad de las preguntas presentadas en los instrumentos anexos, cuyos resultados se tabularán en forma global sin identificar persona alguna.

INSTRUCCIONES PARA EL CUESTIONARIO.

1. Lea detenidamente el cuestionario antes de responder las preguntas.
2. En cada pregunta son de escogencia dicotómica.

INSTRUCCIONES PARA EL CUESTIONARIO.

1. Escuche detenidamente la pregunta formulada por el entrevistador.
2. En cada pregunta con una serie de alternativa dicotómica, de respuesta a cada una, indicando lo que considere pertinente según los criterios de las mismas.

Agradeciendo altamente su contribución.

Instrumento. Logística y Distribución		
Dimensión: Tipos de canales de distribución y pedidos		
Preguntas:	Si	No
1. ¿La fuerza de Venta cuenta con la información de clientes en cuanto a código, nombre, dirección, tipo de negocio, límite de crédito, días de créditos descuentos?		
2. ¿Notifican promociones y descuentos?		
3. ¿Emiten listas de precios de la mercancía existente?		
Dimensión: Plan de almacenamiento y transporte		
4. ¿El inventario está clasificado por tipo y código?		
5. ¿Conoce las normas de almacenamiento?		
6. ¿Se planifican las rutas del despacho?		
7. ¿Conocen la capacidad y peso de los vehículos de carga?		
8. ¿Conoce el tiempo estimado en relación a las zonas a despachar?		

Objetivo General: Proponer estrategias de logística y distribución para la empresa Comercial Delgado ubicada en Valera estado Trujillo, que generen beneficios en sus procesos comerciales en Valera, Estado Trujillo.				
Objetivos Específicos	Variable	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
Analizar la distribución y pedidos en la empresa Comercial Delgado, ubicada en Valera Edo Trujillo.	Logística y Distribución	Tipos de canales de distribución y pedidos (Giner, 2019)	-Pedidos claros y detallado -Variedad de productos	Encuesta Cuestionario
Describir el plan de almacenamiento y transporte en la empresa Comercial Delgado ubicada en Valera, Edo Trujillo.		Plan de almacenamiento y transporte (Mora, 2011 / Gómez, 2013)	-Eficiencia de recepción -Rutas en relación a la zona -Rotación	
Diseñar estrategias para el mejoramiento de la logística de distribución y almacenamiento en la empresa Comercial Delgado ubicada en Valera, Estado Trujillo, que generen beneficios en sus procesos comerciales	Propuesta			



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

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Quien Suscribe: Javier Mazzey, titular de la cedula de identidad No: 11.319.775, hace constar por medio de la presente, que luego de leer, analizar e interpretar el instrumento de recolección de información, elaborado para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación titulada: **Estrategia de Logística y Distribución en la Empresa Comercial Delgado, Valera, estado Trujillo**, que presenta la estudiante: Vanessa Di Toro, titular de la cedula de identidad N° 26.784.137, considero que el mismo reúne las condiciones necesarias en cuanto a pertinencia, relación variable-dimensión-indicador-ítems, congruencia y estilo de redacción adecuado de los ítems.

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

Constancia que se expide en la ciudad de Trujillo, a los 06 días del mes de Septiembre de 2021.

Firma _____

C.I: 11.319.775

**AUTOR:
Br. Vanessa Di Toro
TUTOR:
Prof. Larry Araujo**

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

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Quien Suscribe: Wilmer Méndez, titular de la cedula de identidad No: 5.501.239, hace constar por medio de la presente, que luego de leer, analizar e interpretar el instrumento de recolección de información, elaborado para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación titulada: **Estrategia de Logística y Distribución en la Empresa Comercial Delgado, Valera, estado Trujillo**, que presenta la estudiante: Vanessa Di Toro, titular de la cedula de identidad N° 26.784.137, considero que el mismo reúne las condiciones necesarias en cuanto a pertinencia, relación variable-dimensión-indicador-ítems, congruencia y estilo de redacción adecuado de los ítems.

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

Constancia que se expide en la ciudad de Trujillo, a los 06 días del mes de Septiembre de 2021.



Firma _____ C.I: 5.501.239

**AUTOR:
Br. Vanessa Di Toro
TUTOR:
Prof. Larry Araujo**

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

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Quien Suscribe: Liliana Rivera, titular de la cedula de identidad No: 13.048.877, hace constar por medio de la presente, que luego de leer, analizar e interpretar el instrumento de recolección de información, elaborado para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación titulada: **Estrategia de Logística y Distribución en la Empresa Comercial Delgado, Valera, estado Trujillo**, que presenta la estudiante: Vanessa Di Toro, titular de la cedula de identidad N° 26.784.137, considero que el mismo reúne las condiciones necesarias en cuanto a pertinencia, relación variable-dimensión-indicador-ítems, congruencia y estilo de redacción adecuado de los ítems.

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

Constancia que se expide en la ciudad de Trujillo, a los 06 días del mes de Septiembre de 2021.



Firma _____ C.I: 5.501.239

**AUTOR:
Br. Vanessa Di Toro
TUTOR:
Prof. Larry Araujo**