

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
P. A. ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**“LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y EL APROVISIONAMIENTO DE
LAS COMERCIALIZADORAS DE ABARROTES, DEL
DISTRITO SAN MIGUEL DE CAURI-2017”**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ELABORADO POR:

**Bach. POLINO PUENTE, EMERSON
JUNIOR**

DOCENTE ASESOR:

MG. ROCÍO VERÓNICA RASMUZZEN SANTAMARÍA

HUÁNUCO – PERÚ

2017

DEDICATORIA

La presente tesis lo dedico a Dios por todo lo conseguido hasta ahora, por las fuerzas, por la voluntad, por el ánimo que tengo, también lo dedico a mis padres David y Paulina; a mi hermano Elevation y a mis hermanas; Melissa y Jennifer son ellos quienes han estado ahí dándome el apoyo en toda aspecto para lograr mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

Mis agradecimientos a los catedráticos del Programa Académico Administración de Empresas de la Universidad de Huánuco por haberme impartido sus conocimientos, a la Mg. Rocio Verónica Rasmuzzen Santamaría por su asesoramiento, lo cual se hizo posible la elaboración de la presente tesis, de la misma forma agradezco a los titulares de la comercializadora de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri.

ÍNDICE

CAPÍTULO I	10
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	10
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	10
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	13
1.2.1. PROBLEMA GENERAL	13
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	13
1.3. OBJETIVO GENERAL.....	13
1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	13
1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	14
1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN	15
CAPÍTULO II	16
MARCO TEÓRICO	16
2.1. ANTECEDENTES	16
2.2. BASES TEÓRICAS.....	20
2.2.1. GESTIÓN LOGÍSTICA	20
2.2.1.1. ACTIVIDADES DE LOGÍSTICA.....	21
2.2.1.2. SISTEMA DE ALMACENAMIENTO	22
2.2.1.3. PROCESO DE DISTRIBUCIÓN.....	23
2.2.1.4. CONTROL DE INVENTARIOS	25
2.2.2. APROVISIONAMIENTO	28
2.2.2.1. PROVEEDORES.....	29
2.2.2.2. CANTIDAD	30
2.2.2.3. CALIDAD	31
2.2.2.4. PRECIO	32
2.2.2.5. TIEMPO	34
2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES.....	35
2.4. SISTEMA DE HIPÓTESIS	37
2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL.....	37
2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICA.....	37
2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE	37
2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE	37

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	38
CAPÍTULO III	39
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN	39
3.1.1. ENFOQUE	40
3.1.2. ALCANCE O NIVEL.....	40
3.1.3. DISEÑO	41
3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA	41
3.2.1. POBLACIÓN (N)	41
3.2.2. MUESTRA (n)	43
3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	43
3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	44
CAPÍTULO IV	45
RESULTADOS	45
4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS.....	45
4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS	71
CAPÍTULO V	74
DISCUSIÓN DE RESULTADOS	77
CONCLUSIONES	81
RECOMENDACIONES.....	83
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	85
ANEXOS	91
6.1. MATRIZ DE CONSISTENCIA.....	92

RESUMEN

La presente tiene como objetivo determinar cómo la gestión logística se relaciona con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri-2017, esta investigación es de tipo aplicada, el enfoque es mixto, concentrándose en el nivel correlacional y el diseño de la presente es no experimental; donde X= Gestión logística Y= Aprovisionamiento. La población está integrada por las 35 comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri y la muestra es igual a la población. Con ese dicho, es notorio la informalidad con la que se manejan las comercializadoras de abarrotes que se encuentran en el distrito de San Miguel de Cauri, lo que da lugar a la presencia de dificultades en el proceso de abastecimiento, almacenamiento, distribución y entrega de mercaderías. Naturalmente la ubicación errónea de los productos crea inconvenientes en la atención a los clientes, por el descuido en la selección del lugar donde se coloca la mercadería, al momento de la recepción y despacho. Por otro lado, también se nota la poca importancia de contactarse con los proveedores, a sabiendas que hoy en día tenemos un panorama más amplio debido al avance tecnológico, ya que la gestión logística es una herramienta fundamental para el desarrollo de las actividades empresariales.

Palabras claves: Gestión logística, aprovisionamiento, sistema de almacenamiento, proceso de distribución, control de inventarios, etc.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to determine how logistics management relates to the supply of grocery retailers in the district of San Miguel de Cauri-2017, this research is applied, the approach is mixed, focusing on the correlation level and the design Of the present is non-experimental; Where $X =$ Logistics management $Y =$ Procurement. The population is made up of the 35 grocers of the district of San Miguel de Cauri and the sample is equal to the population. With this saying, the informality with which grocery marketers in the district of San Miguel de Cauri are handled is notorious, which gives rise to the presence of difficulties in the process of supply, storage, distribution and delivery of Goods Naturally, the erroneous location of the products creates inconveniences in the attention to the customers, by the negligence in the selection of the place where the merchandise is placed, at the moment of the reception and dispatch. On the other hand, it is also noted the small importance of contacting suppliers, knowing that today we have a broader picture due to technological progress, since logistics management is a fundamental tool for the development of business activities.

Keywords: Logistics management, provisioning, storage system, distribution process, inventory control, etc.

INTRODUCCIÓN

La presente tesis de investigación titulada “*La gestión logística y el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes, del distrito san miguel de cauri-2017*”, es el resultado de un arduo trabajo y vivencia en el rubro, qué persona no va en busca de una tienda para comprar el pan, la leche, azúcar, arroz, harina, aceite para alimentar a la familia o para tomarse una bebida y calmar la sed, y para variar de manera permanente a la bodega que está a la esquina de nuestra casa.

El Perú, es un país reconocido a nivel mundial por ser un país comercial (compra y venta), es por ello que se ha enfocado en realizar un estudio de investigación a las bodegas comercializadora de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri para determinar cómo la gestión logística se relaciona con el aprovisionamiento.

Conscientes de la importancia de la gestión logística, hoy en día tenemos que poner en práctica y hacer que nuestros negocios sean diferentes y sean eficientes y eficaces, con productos bien ordenados, bien exhibidos y abastecidos, que el consumidor la que ingresa al establecimiento salga satisfecho; esto se logrará aplicando la gestión logística ya que esta herramienta nos ayudará a evaluar a los competidores con la finalidad de mejorar. En ese sentido, lo que se busca es lograr una buena administración del negocio, ya que los consumidores se encontrarán satisfechos porque las bodegas estarán abastecidas.

Por otro lado, desglosaremos cada capítulo para ver el contenido de cada uno de ello a lo largo del texto; el capítulo I, consiste en la descripción del problema, formulación del problema y objetivos, todo ello para determinar la relación que existe entre los indicadores de cada variable, a la vez en este capítulo se encuentra la justificación, limitación y la viabilidad de la investigación. Por otro lado, el capítulo II, está compuesto por el marco teórico, dentro de ello se encuentra los antecedentes internacionales, nacionales y local, todo referente al tema o línea de investigación, a su vez se encuentra las bases teóricas que

consiste en conceptos, definiciones, puntos de vista de los diferentes autores sobre la variable independiente y dependiente; ahora en el capítulo III, está compuesto básicamente por la metodología de la investigación (tipo de investigación, enfoque, alcance, diseño, población y muestra; el capítulo IV, consiste en el procesamiento de los datos recolectados mediante las encuestas realizadas a los titulares de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri, a su vez dentro de este capítulo se encuentra plasmado la contrastación de hipótesis general y específica; y por último en el capítulo V, trata sobre la discusión de resultados mediante las conclusiones de los antecedentes, la teoría planteada por los autores, los resultados de los datos obtenidos y la opinión del tesista. No obstante, en este capítulo también está integrado por las referencias bibliográficas, conclusiones, recomendaciones y anexos.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA

Desde la creación, el hombre consumía los productos en el lugar en el que se encontraban, en algunas ocasiones eran trasladados a un determinado lugar, donde se los almacena para su posterior consumo, especialmente ciertos productos que se cosechaban abundantemente en ciertas épocas del año.

Así mismo, aunque en términos bíblicos podríamos definir logística, como la disposición anticipada que Dios se toma, para lograr un fin o remediar un daño; en pocas palabras, logística, es igual a la Providencia de Dios. Debido a esto, el Señor, es el más competente y el mejor experto en logística en el cual podamos confiar. Él siempre tiene preparados los bienes correctos, en cantidades más que adecuadas, en los lugares precisos y en el momento apropiado.

Ante la exigencia de un mejor servicio surge una mayor preocupación por satisfacer al cliente, y es la logística, la que permite ser más efectivos, en cuanto a la calidad y al tiempo de entrega de mercancías, así como también tener control preciso de la cantidad de materiales; con esto se logra subsanar una de las falencias y desventajas competitivas. (Briones, F & Coello, J. 2015).

Es muy frecuente encontrar pequeñas y medianas empresas que enfrentan hábitos tradicionales, que no les permiten avanzar y posicionarse en el mercado, por la carencia de una visión global, especialmente en los procesos logísticos, debido a la desinformación, abastecimiento inadecuado de productos, devoluciones, expiración de productos, entre otros aspectos que generan inexactitudes y costos en todo el proceso y por consiguiente la presencia de un alto porcentaje de clientes insatisfechos.

Es evidente la informalidad con la que se manejan las comercializadoras de abarrotes, esto con mayor razón las que se encuentran en el distrito de San Miguel de Cauri, lo que da lugar a la presencia de dificultades en el proceso de abastecimiento, almacenamiento, distribución y entrega de mercaderías. Generalmente la ubicación errónea de los productos crea inconvenientes en la atención a los clientes, por el descuido en la selección del sitio donde se coloca la mercadería, al momento de la recepción y despacho. Otro aspecto negativo en el cumplimiento de este proceso se refiere al área inadecuada para el almacenamiento de productos (almacén).

Por otra parte, las comercializadoras de abarrotes referente al tema de proveedores, ellos tienen que trasladarse del Distrito de San Miguel de Cauri hasta la ciudad de Huánuco que comprende una distancia de 75 Km en un tiempo aproximado de 3 horas con automóvil y 5 horas aproximadas con camión con la finalidad de abastecerse los productos, ya que no llegan al distrito los proveedores porque el transporte no es accesible debido a que la carretera es afirmada y se encuentra en una condición regular, esto hace que se incremente los precios de los productos para el consumidor final, porque tiene que considerar el flete, el tiempo de traslado, gasto de viaje y otros costos adicionales. Del mismo modo, la cantidad de la mercadería que tienen que comprar es en menor cantidad debido a que su pronóstico de venta mensual es mínimo. Referente a la calidad y precio de los productos va a estar en función a la demanda del distrito de San Miguel de Cauri que cuenta con una población aproximada de 10 332 habitantes (**Ver anexo 3A**) de NSE C, D y E (**Ver anexo 3B**) con ingresos aproximados entre S/. 400 a S/.1300 soles como ingreso familiar (**Ver anexo 3C**) lo cual también determina que el aprovisionamiento está en función a este tipo de demanda. Respecto al tiempo de aprovisionamiento, hay mucha demora en el traslado de la ciudad de Huánuco hasta el distrito, estos son transportados con automóviles o camiones, este último hace sus viajes

cuando recién completan la carga aproximadamente una vez cada 15 días por ende la disponibilidad de los productos es muy baja, por ello los productos perecibles (helados y entre otros) no se expiden para la venta, todo esto afecta al aprovisionamiento ya que los proveedores no van. La cantidad de productos que compran es menor, la calidad de los productos que se vende es baja, el precio de los productos es elevado debido al flete, viáticos, etc. Y hay mucha demora referente al tiempo.

Siendo así que se ha considerado investigar sobre la gestión logística y el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri; teniendo en cuenta que los negocios escogidos son informales ya que la mayoría no cuentan con número de Registro Único de Contribuyentes (RUC), tampoco se encuentra inscrito en ningún Régimen Tributario y no cuenta con licencia de funcionamiento de la municipalidad y por último no están constituidas ni se encuentran inscritos en el Registro Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (REMYPE) por lo que no pueden ser calificados como Micro Empresa. Todo esto se debe a que la SUNAT no fiscaliza por cuestión de distancia ya que se encuentran muy alejadas de la capital de la región de Huánuco y por otra parte la Municipalidad no tiene el área de Recaudación de Impuestos. No obstante, el Estado está trabajando en esto ya que ha promulgado la Ley N° 30056 *“La Ley tiene por objeto establecer el marco legal para la promoción de la competitividad, formalización y el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, estableciendo políticas de alcance general y la creación de instrumentos de apoyo y promoción; incentivando la inversión privada,...”*.

En ese sentido, estos son negocios de sobrevivencia porque la mayoría están enfocados en generar ingresos diarios para solventar el gasto diario o canasta familiar y no tienen una visión empresarial, ni de desarrollo, tampoco de crecimiento y menos expandirse en el mercado.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. PROBLEMA GENERAL

PG: ¿Cómo se relaciona la gestión logística con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017?

1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS

PE1: ¿Cómo se relaciona el sistema de almacenamiento con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017?

PE2: ¿Cómo se relaciona el proceso de distribución con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017?

PE3: ¿Cómo se relaciona el control de inventarios con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017?

1.3. OBJETIVO GENERAL

OG: Determinar cómo se relaciona la gestión logística con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017.

1.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

OE 1: Determinar cómo se relaciona el sistema de almacenamiento con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017.

OE2: Determinar cómo se relaciona el proceso de distribución con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017.

OE3: Determinar cómo se relaciona el control de inventarios con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017.

1.5. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.5.1. JUSTIFICACIÓN PRÁCTICA

Considero que los resultados de esta investigación aportarán en la mejora de los procesos de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri.

1.5.2. JUSTIFICACIÓN TEÓRICA

La presente investigación queda justificada ya que como investigador instruido en administración y formado en la Universidad de Huánuco se ha tomado el afán de realizar la presente por diferentes problemas que acontecen en las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri. Por ende, es imperiosa la necesidad de demostrar los factores que se encuentran asociados a la gestión logística, para que de esa manera se pueda corregir los problemas y las malas prácticas de los empresarios que afectan significativamente en los procesos de la organización esto llevando a la disminución de los ingresos ya que genera insatisfacción a los clientes, etc.

1.5.3. JUSTIFICACIÓN METODOLÓGICA

Para que la presente investigación se pueda realizar se ha utilizado la técnica de encuesta para medir el comportamiento de las variables tomando en cuenta los objetivos, los modelos de investigación mediante, el instrumento categorizado como cuestionario.

Dicho sea de paso, también servirá como antecedente para las siguientes investigaciones que se realizará sea en la región u otros lugares.

1.6. LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación tiene dos limitaciones, entre ellas tenemos:

La carencia de material bibliográfico regional y local específico son factores de suma importancia en la investigación, en relación a la variable “Gestión Logística” ya que estos limitan la recopilación de información relevante.

1.7. VIABILIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Para llevar a cabo el trabajo de investigación, es necesaria una serie de factores, los que son determinados con cierta precisión que garanticen la consecución de los objetivos.

En ese sentido considero que la viabilidad de la presente investigación está confirmada refiriendo con los factores que se han considerado que son; la disponibilidad de los recursos humanos, la disponibilidad de los recursos económicos, la relación interpersonal con los titulares de la organización y, por último; la disponibilidad de los recursos materiales necesarios para realizar la investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1. ANTECEDENTES INTERNACIONALES

TÍTULO: La logística y su incidencia en las ventas de la empresa Provo Industrias de la ciudad de Ambato.

AUTOR: Gabriela Verónica Melo Larrea

UNIVERSIDAD: Universidad Técnica De Ambato

AÑO: 2010

CONCLUSIÓN:

- *La empresa PROVO INDUSTRIAS no cuenta con transporte propio lo cual causa retrasos y malestar a los clientes.*
- *El departamento de producción no planifica de forma adecuada la elaboración y entrega de pedidos por tal razón los productos no se entregan a tiempo y en su totalidad.*
- *Actualmente la industria aplica el canal de distribución indirecto, por tal razón no se da a conocer en el mercado y sus ingresos por ventas son limitados.*

TÍTULO: Propuesta de un modelo de gestión logística de abastecimiento internacional en las empresas grandes e importadoras de materia prima. Caso Manizales.

AUTOR: Cristian Giovanni Gómez M

UNIVERSIDAD: Universidad Nacional de Colombia – Sede Manizales.

AÑO: 2006

CONCLUSIÓN:

El tener en cuenta las variables planteadas durante la revisión teórica de la logística y llevarlas a medir en las empresas encuestadas, permitió en reconocer cuales son las formas cómo se gestiona el abastecimiento internacional en las mismas, con lo cual se pudo concluir que la hipótesis planteada en la investigación es verdadera, pues aunque en las empresas grandes de Manizales son usuarias permanentes del sistema de abastecimiento internacional, no se tienen estructuradas las formas de gestión de este tipo de abastecimiento, ya que por un lado se encuentran separadas las funciones de compras, producción, ventas, comercio exterior y por el otro, aunque la importancia estratégica de dicho subsistema es reconocida por todo los encuestados, no se tiene modelos de gestión explícitos y se trabaja según el ritmo necesario del momento.

TÍTULO: Estudio del proceso de los problemas de la logística e incidencia en la distribución y entrega de productos de la Empresa Avipriloor SA del cantón Guayaquil, provincia del Guayas y propuesta de un plan de mejoras.

AUTOR: Briones Loor, Fabiola Fernanda;
Coello Gómez, Jenniffer Amelia.

UNIVERSIDAD: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

AÑO: 2015

CONCLUSIÓN:

El sistema de almacenamiento dentro de los procesos logísticos es fundamental porque permite guardar, proteger y conservar la mercadería, por un tiempo, en un lugar que facilite su despacho. La distribución adecuada del producto es primordial, una vez posicionado el producto en el mercado. Los sistemas de transportación adecuados ayudan para la entrega del producto en el tiempo justo y así proteger su calidad. Un

aprovisionamiento conveniente permite el flujo continuo de los productos. Las actividades claves del proceso logístico se encuentran en el manejo correcto de los pedidos, interacción entre la gestión de pedidos y los inventarios y así como normar los pedidos. Con el desempeño eficiente del Talento Humano se logrará la fidelización de los clientes, incremento en las ventas y mayor rentabilidad.

2.1.2. ANTECEDENTES NACIONALES

TÍTULO: Diseño de un sistema logístico para una pequeña empresa comercializadora de ferretería.

AUTOR: Palacios Durand & Denis Alejandro

UNIVERSIDAD: PUCP

AÑO: 2003

CONCLUSIÓN:

El estudio de Caso – en donde se realizó una identificación de acciones no tomadas o mal llevadas en el desempeño logístico, junto a un diagnóstico y propuesta de sistema logístico – permitió demostrar que sí es posible aplicar todo un sistema logístico en pequeñas empresas que administran gran cantidad de ítems. Del mismo modo, se pudo apreciar, a través de un diseño de costeo, que el costo de aplicación del sistema logístico no es muy elevado, con lo cual se concluye que el costo no es el principal obstáculo para la aplicación de este sistema logístico mencionado.

TÍTULO: La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.

AUTOR: CJ Flores Tapia

UNIVERSIDAD: San Martín de Porras

AÑO: 2014

CONCLUSIÓN:

Se concluye la presente investigación, indicando que las distintas unidades del proceso logístico tales como: compras, almacén, transporte y atención al cliente influye de manera favorable en la optimización de la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero de Lima Metropolitana, alcanzado así el logro de los objetivos planteados en la investigación.

2.1.3. ANTECEDENTE LOCAL

TÍTULO: La administración logística y la rentabilidad en la empresa Mega Inversiones S.R.L Huánuco 2015

AUTOR: CAMPOS SANTAMARÍA, Ademir Enrique

UNIVERSIDAD: Universidad de Huánuco

AÑO: 2015

CONCLUSIÓN:

- *De los resultados de la investigación se concluye que la Administración logística influye significativamente y de manera positiva en la rentabilidad de la empresa Mega Inversiones SRL. 2015; el cual se determina y establece en los resultados que se muestran en los gráficos 10 y 12.*
- *De los resultados de la investigación se concluye que el almacenamiento influye significativamente y de manera positiva en la rentabilidad de la empresa Mega Inversiones SRL. 2015; el cual se determina y establece en los resultados que se muestran en los gráficos 4, 5 y 6.*
- *De los resultados de la investigación se concluye que administración de compras y el proceso de abastecimiento influye significativamente y de manera positiva en la rentabilidad de la empresa Mega Inversiones SRL. 2015; el cual se determina y establece en los resultados que se muestran en los gráficos 7, 8 y 9.*

2.2. BASES TEÓRICAS

2.2.1. GESTIÓN LOGÍSTICA

López (2001). La gestión logística, desde el punto de vista gerencial es una estrategia necesaria para manejar de forma integral la cadena de suministros, de tal forma que logre el balance óptimo entre las necesidades del cliente y los recursos disponibles de la empresa y su desempeño debe ser medido a través del servicio al cliente final.

Por su parte, Ballou (2004). Indica que, la gestión logística comprende la gerencia de todas las actividades relacionadas al suministro, obtención de datos y todas las actividades relacionadas a la gerencia logística. A través de la coordinación y colaboración entre el canal de distribución, suplidores, intermediarios, servicios a proveedores como clientes. Es decir que la gerencia de la logística forma parte de la gestión, que planifica, implementa, controla la eficiencia y efectividad de la organización.

Además, explica que el responsable logístico de una empresa busca sus propios objetivos funcionales, que deben servir para llevar a la organización hacia las metas establecidas, es decir, su misión consiste en desarrollar una relación de actividades logísticas capaz de lograr el mayor retorno posible a la empresa de los fondos invertidos.

Así mismo, Schroeder (2006). Narra a la gestión logística, como el medio por el cual se satisfacen las necesidades del cliente a través de la materia prima y del flujo de información y que se extiende desde el mercado a través de la firma y sus operaciones a más allá de ésta hasta los proveedores.

Continua, dentro de este orden de ideas, cabe resaltar que la gestión logística es primordial para las organizaciones en general, independientemente de su estructura organizacional y su número

de áreas funcionales, ya que permite dar respuesta a los problemas relacionados a transporte y distribución, almacenamiento e inventarios de productos, aspectos de difícil manejo dentro del mundo empresarial, por lo tanto, el éxito de la gestión logística agrega valor a los objetivos organizacionales.

2.2.1.1. ACTIVIDADES DE LOGÍSTICA

Gonzales (2015). ¿En cuántas ocasiones hemos comprado un producto en la tienda de autoservicio de nuestra preferencia y notamos que en el estante siempre está con la cantidad suficiente? Es fácil pensar que probablemente la empresa realiza sus pedidos a tiempo para abastecerse de mercancía y mantenernos como buenos clientes, sin embargo, desconocemos que detrás de aquel producto, en realidad, no solo una actividad de compra-venta se ha llevado a cabo.

Consideremos que toda empresa, sin importar su giro, se ha dedicado desde hace años, a mantenerse en el mercado, no únicamente por realizar negociaciones comerciales, sino, que, en los últimos años, ha apostado a la logística como una actividad sumamente necesaria para continuar en el mercado.

Pensemos que, dentro de la logística, se llevan actividades que permiten que una empresa tenga mejor posicionamiento, la dinámica es muy sencilla, cuidar los productos, saber cómo, dónde y en qué medio distribuirlos, realizar estrategias de ventas y asegurar que a nuestros clientes adquieran los mejores productos de calidad.

Asimismo, Bastos (2007, citado por Rincón, O. 2014), plantea que las principales acciones asociadas a la logística son:

El Servicio al cliente.

El Transporte.

La gestión de inventario.

El Procesamiento de productos.

2.2.1.2. SISTEMA DE ALMACENAMIENTO

El almacenaje es un conjunto de actividades que se realizan para guardar y conservar artículos en condiciones óptimas para su utilización desde que son producidas hasta que son requeridos por el cliente o usuario.

Del mismo modo Mina, R. & Toledo, E. (2015) considera que: El sistema de almacenaje, proporciona las *instalaciones, el equipo, el personal*, y las técnicas necesarias para recibir, almacenar, y embarcar materia prima, productos en proceso y productos terminados. *Las instalaciones, el equipo y las técnicas de almacenamiento* varían mucho dependiendo de la naturaleza del material que se manejará. Para diseñar un sistema de almacenaje y resolver problemas correspondientes es necesario tomar en consideración las características del material como su tamaño, peso, durabilidad, vida en anaqueles, tamaño de lotes y aspectos económicos. Se incurre en costos de almacenamiento y recuperación, pero no se agrega ningún valor a los productos. Por lo tanto, la inversión en equipos de almacenamiento y manejo en materiales, así como en superficie de bodega deberán tener como base la

reducción máxima de los costos unitarios de almacenamiento y manejo.

El almacenamiento, es una actividad muy importante la cual puede ser realizada por un tercero, o en la propia empresa. Durante el tiempo de almacenaje de los productos pueden realizarse diferentes actividades de valor agregado tales como: clasificación, selección de pedidos, consolidación para el transporte, y en algunos casos la modificación o ensamblado de algunos componentes de los productos.

2.2.1.3. PROCESO DE DISTRIBUCIÓN

Walther (2012). Manifiesta que, para una compañía, la capacidad de entregar constantemente productos a tiempo, al precio correcto y con la calidad adecuada, afecta favorablemente la opinión del cliente sobre el nivel de servicio que recibe. En este sentido, el Transporte requiere ser un servicio de calidad en términos de **seguridad, regularidad, oportunidad, entrega a tiempo y eficiencia.**

Flores (2014). De una forma breve y sencilla, diremos que la función de transporte se ocupa de todas las actividades relacionadas directa o indirectamente con la necesidad de situar los productos en los puntos de destino correspondientes, de acuerdo con unos condicionantes de **seguridad, servicio y costo.**

La palabra transporte se relaciona inevitablemente con el concepto de movimiento físico del producto. Sin embargo, conviene desde este momento hacer algunas puntualizaciones:

El llamado tiempo de transporte no se refiere solo al transporte físico del producto (mercancía en tránsito), sino al período comprendido desde que la mercancía está dispuesta en los muelles para su carga, hasta que el producto físicamente es descargado en el lugar de destino, lo cual incluye necesariamente conceptos tales como: tiempos de espera, carga, descarga de vehículos, parada en ruta, transbordos, etc.

Una correcta gestión del transporte obliga a que el responsable esté involucrado no solo en las tareas del día a día, como habitualmente ocurre, sino que sea partícipe de los planes estratégicos y tácticos de la empresa, para adaptar sus recursos a las necesidades que esta tenga a mediano y largo plazo.

Por su parte Walther, (2012) considera que, de esta manera, podemos indicar que aquella empresa que sea más **eficiente** en la gestión de su Transporte tendrá como resultado una ventaja competitiva sobre el resto de su competencia, lo que se traducirá rápidamente en precios más bajos y más competitivos. Mientras más temprano se entienda el rol estratégico del Transporte en los negocios y se incorpore como un aliado fundamental, antes se logrará tener una posición ventajosa y de supremacía en el mercado.

En ese sentido, el transporte por excelencia es uno de los elementos críticos y a la vez muy importante en la gestión logística, y específicamente en la distribución de productos, y es el menos tomado en cuenta. Por lo que se puede conceptualizar que, es el área operativa de la logística que traslada y ubica geográficamente el

inventario. Para el buen desempeño de esta actividad se consideran tres factores básicos fundamentales: costo, velocidad y regularidad.

2.2.1.4. CONTROL DE INVENTARIOS

Conjunto de bienes corpóreos (volumen, cuerpo), tangibles y en existencia, propios y de disponibilidad inmediata para su consumo (materia prima), transformación (productos en procesos) y venta (mercancías y productos terminados). (Perdomo, 2004)

Los inventarios de una compañía están constituidos por sus materias primas, sus productos en proceso, los suministros que utiliza en sus operaciones y los productos terminados. Un inventario puede ser algo tan elemental como una botella de limpiador de vidrios empleada como parte del programa de mantenimiento de un edificio, o algo más complejo, como una combinación de materias primas y sub ensamblajes que forman parte de un proceso de manufactura. (Muller, 2005)

El stock es el conjunto de productos almacenados en espera de su posterior empleo, más o menos próximo, que permite surtir regularmente a quienes los consumen, sin imponerles las discontinuidades que lleva consigo la fabricación o los posibles retrasos en las entregas por parte de los proveedores. (Ferrín, 2007)

Las empresas dedicadas a la compra y venta de mercancías, por ser esta su principal función y la que dará origen a todas las restantes operaciones, **necesitarán de una constante información resumida y analizada sobre sus inventarios**, lo cual obliga a la apertura de una serie

de cuentas principales y auxiliares relacionadas con esos controles. (Martínez, 2001)

A. TIPOS DE INVENTARIO

Las compañías del sector de manufactura compran materiales y componentes y los convierten en diversos productos terminados. Por lo general estas empresas tienen uno o más de los siguientes tres tipos de inventario:

Inventario de materiales directos. Materiales directos en existencia, listos para el proceso de fabricación (por ejemplo, chips de computadoras y los componentes necesarios para fabricar teléfonos celulares).

Inventario de productos en proceso. Productos parcialmente elaborados pero que aún no se terminan (por ejemplo, teléfonos celulares en diferentes etapas antes de ser acabados por completo en el proceso de manufactura). También se le conoce como producción en proceso.

Inventario de productos terminados. Los productos (por ejemplo, teléfonos celulares) acabados pero que aún no se han vendido.

*Las compañías del sector de comercialización compran productos tangibles y después los venden sin cambiar su forma básica. Solo mantienen un tipo de inventario, que son los productos en su forma original, llamado **inventario de mercancías**.* (Charles, T. & George, F., 2007)

Inventario de Mercancías: Lo constituyen todos aquellos bienes que le pertenecen a la empresa bien sea comercial o mercantil, los cuales los compran para luego venderlos sin ser modificados. En esta Cuenta se mostrarán todas las

mercancías disponibles para la Venta. Las que tengan otras características y estén sujetas a condiciones particulares se deben mostrar en **cuentas separadas**, tales como las mercancías en camino (las que han sido compradas y no recibidas aún), las mercancías dadas en consignación o las mercancías pignoradas (aquellas que son propiedad de la empresa pero que han sido dadas a terceros en garantía de valor que ya ha sido recibido en efectivo u otros bienes) (GestioPolis.com Experto, 2002).

B. COMO CONTROLAR LOS INVENTARIOS

Educaconta (2015). Considera que, toda empresa debe establecer una estrategia de control y verificación periódica de sus stocks de inventario, para eso debe de implementar la documentación necesaria de todas las operaciones relacionadas con los mismos, entre ellas podemos mencionar: ***orden de compra, requisición de materiales, nota de remisión, recepción, informe de devolución a los proveedores, comprobante de crédito fiscal y facturas, stock de inventario o tarjeta de kardex.***

Mora García, (2010) El sistema busca operarios sin tareas asignadas, al igual que en el despacho, y ordena el conteo cíclico del stock. Esto basado en la política de control de inventarios de la compañía. Con base en esta información, se puede saber diariamente el nivel de existencias para cada artículo y se mantiene controlada la carga de trabajo.

Se hace la lectura de los productos, requerida en la orden de conteo del inventario, y se compara el stock físico con el que debe estar disponible según el historial del mismo. Allí se pueden encontrar errores entre un dato y otro, para

lo cual el sistema puede saber el proceso que ese bien ha tenido en el centro de distribución; es decir, cuándo y quién lo recibió y almacenó, lo cual permite aumentar la confiabilidad del inventario y responder más adecuadamente a la demanda.

Al manejar un número importante de productos o variedades de un mismo artículo, por regla general, una empresa necesitará automatizar el control de sus inventarios; con el fin de conocer de manera veraz y oportuna las cantidades de materias primas, productos en proceso o bienes terminados de las que puede disponer. Por otra parte, también será menester ejecutar eventualmente medidas de control, tales como la *toma de existencias físicas (control físico)*.

2.2.2. APROVISIONAMIENTO

Gómez (2013). El proceso de aprovisionamiento es el conjunto de operaciones que pone a disposición de la empresa, en las mejores condiciones posibles de **cantidad, calidad, precio y tiempo**, todos los materiales y productos del exterior necesarios para el funcionamiento de la misma y de su almacenamiento, de acuerdo con los objetivos que la dirección de la empresa ha definido.

Sin embargo, en la actualidad compras como tal, ha evolucionado considerablemente y ha pasado en muchas empresas a ser parte de otros conceptos, como adquisiciones, aprovisionamiento o materiales, actividades que comprenden adquisiciones y otras tantas como control de inventarios y almacenes.

Por lo tanto, al dar una definición personalizada de aprovisionamiento en términos de la administración de empresas, se puede afirmar que aprovisionar supone el proceso de

localización y selección de **proveedores**, adquisición de productos (materias primas, componentes o artículos terminados), luego de negociaciones sobre el precio y condiciones de pago, así como el acompañamiento de dicho proceso para garantizar su cumplimiento de las condiciones pactadas; y, en términos de mercadotecnia, comprar es adquirir por un precio en dinero algún bien, derecho o mercancía.

Por lo anteriormente expuesto, quizá la definición antes usada en administración de empresas puede corresponder más bien al concepto de abastecimiento, aprovisionamiento proveeduría, materiales, y las distintas actividades que emanan de la misma definición, puede a través de la división del trabajo dar origen a varios departamentos, entre ellos compras, todos agrupados bajo un nombre más genérico y/o completo.

2.2.2.1. PROVEEDORES

Pérez, A (2009). define al proveedor como una empresa o individuo que suministra ya sea productos o servicio, a la vez también se le conoce como: vendedor, productor, distribuidor o facilitador de servicio. Entonces se puede decir que los proveedores son aquellos con las que hemos pactado o firmado un contrato, para ello se debe de hacer una buena selección.

No obstante, se debe mantener una estrecha relación con los proveedores y esta se caracteriza por lo siguiente:

- Reconocimiento de la importancia del proveedor en la obtención de los objetivos de la empresa.
- Desarrollo de relaciones GANA – GANA
- Adopción de una conducta de apertura, confianza y honestidad.

Por su parte Muñoz, M. (2010). considera que el proveedor es un socio estratégico para que nos puedan dar la solución de los problemas que se nos presentan.

El arte de una buena administración del suministro consiste en lograr que las razones que fundamentan esta decisión sean las más sólidas posibles, tradicionalmente, el análisis de la capacidad del proveedor para satisfacer en forma satisfactoria la calidad, cantidad, entrega, precio/costo. Por tanto, la identificación de las fuentes potenciales de suministro es un impulsor clave del éxito o del fracaso, el conocimiento de las fuentes de abastecimiento es una cualidad fundamental de cualquier administrador eficaz del suministro. Entre las herramientas más comunes para la selección e identificación de proveedores son: *las búsquedas en línea, los catálogos electrónicos, los sitios web, los periódicos comerciales, directorios comerciales, colegas, contactos profesionales.* (Fraser Johnson, Leenders, & Flynn, 2014).

2.2.2.2. CANTIDAD

Vasco, L. (2016). La forma de asegurarse que exista un flujo continuo de materiales es mantener grandes existencias de inventarios.

La mejora continua, la velocidad para comercializar, la satisfacción del cliente, del empleado y del proveedor, así como la competitividad global requieren dedicación a la productividad y a actividades que añaden valor. En muchas organizaciones, la decisión de cuánto y cómo comprar adquieren mayor importancia debido a la estrecha relación entre la cantidad de compra y el uso programado, las

decisiones de *cuánto* y *cuándo* se deben adquirir siguen lógicamente a la especificación de lo que se necesita. Hay muchos factores que complican significativamente la toma de decisiones tales como: *pronósticos, costos, disponibilidad, relaciones precio-volumen* y *faltantes*. La cantidad y la entrega van de la mano; si se ordena una cantidad pequeña, la entrega es más frecuente; si se ordena mayor cantidad, la entrega es menos asidua. (Fraser Johnson, Leenders, & Flynn, 2014).

2.2.2.3. CALIDAD

Vasco, L. (2016). Considera que será necesario que se pueda adquirir un mejor producto en lo posible, desde un punto de vista general de la empresa, para el fin destinado. Así mismo refiere, que si la empresa pueda adquirir un producto que pueda hacer el mismo trabajo o función que lo realizaba anteriormente con otros productos, la organización podrá conseguir beneficios respecto a la eficiencia, además de conseguir un precio inicial mucho menor y esto es gracias a un descuento que pueda negociarse por la compra en gran cantidad (volumen), menor inversión en el inventario total sin llegar a haber deterioro en el servicio, costos mínimos de capacitación de los personales y mantenimiento del uso de equipo, y por ende habrá mucho mayor competencia entre los proveedores.

En su sentido más simple, calidad se refiere a la capacidad del proveedor para proporcionar bienes y servicios conformes a las especificaciones. La calidad también se puede referir al hecho de que un artículo se desempeñe en su uso real de acuerdo con las expectativas de la persona

que originalmente hizo la requisición, al margen de la conformidad con las especificaciones. Por tanto, con frecuencia se dice que un artículo “no es bueno” o que es de “mala calidad” cuando falla en el momento en que se lo utiliza, aun cuando la requisición o especificación original puedan ser incorrectas. Lo ideal, desde luego, se logra cuando todos los insumos adquiridos pasan esta prueba de uso de manera satisfactoria. La calidad es un término complejo y, de acuerdo con el profesor David Garvin de la Harvard Business School, tiene al menos ocho dimensiones:

1. Desempeño, Función primordial del producto o servicio.
 2. Características, Funciones adicionales.
 3. Confiabilidad, Probabilidad de fallas dentro de cierto periodo.
 4. Durabilidad, Expectativa de vida.
 5. Conformidad, Cumplimiento de las especificaciones.
 6. Facilidad de servicio, Fluidez en mantenimiento y de reparaciones.
 7. Estética Apariencia, olor, tacto y sonido.
 8. La calidad percibida, Imagen ante los ojos del cliente.
- (Fraser Johnson, Leenders, & Flynn, 2014).

2.2.2.4. PRECIO

El precio de los productos, bienes o servicios que se va adquirir es un factor muy importante en toda empresa. Si una empresa quiere conseguir mayor utilidad, uno de los medios para obtenerla y/o alcanzarla pueda ser el tener una operación de ahorro continuo en las compras, y esto

se puede observar en el resultado de incremento en la utilidad, derivado de un trabajo eficiente de compras. La palabra “compra por precio” se da entender cierta exclusividad en cuanto sea el precio el único factor que considere el área de compras para estimar sus decisiones y la realidad es que deberá esforzarse por obtener el precio más bajo, pero además se supondrá que también se satisfacen los demás requisitos referentes a calidad, oportunidad de entrega y buen servicio (Vasco, L. 2016).

El departamento de compras debe ser capaz de negociar efectivamente con los proveedores en todos los niveles de administración, mientras que al mismo tiempo debe animar su respeto y confianza. Este “arte” requiere que el ejecutivo de compras sepa cuándo detenerse durante un intercambio en el cual entran en conflicto los objetivos de ambas partes. El proveedor intentará obtener el precio más elevado posible mientras el comprador deberá reducir el precio tanto como sea posible. Por tanto, el “arte” de la negociación está en llevar un precio a un área razonable mientras conservan el respeto y la cooperación. La negociación también se extiende naturalmente a otras variables de compras y ventas, tales como la fecha de entrega, condiciones de pago, etc.

Aunque el precio es tan sólo un aspecto de trabajo general del área de suministro, es extremadamente importante. El comprador debe estar alerta ante diferentes métodos de fijación de precios, saber cuándo es apropiado cada uno de ellos y usar su talento para llegar al precio que pagará. Mientras que para algunas compras se pueden usar las ofertas competitivas, las que se realiza en el mercado de

mercancías requieren un enfoque muy diferente y un conjunto de habilidades especiales del comprador. (Fraser Johnson, Leenders, & Flynn, 2014).

2.2.2.5. TIEMPO

Muchas veces hemos oído hablar que la logística en la empresa viene siendo el éxito de un negocio online. Y es que muchas veces no somos conscientes que el haber finalizado un proceso de entrega de alguno de los productos que ofrecemos, nos permite tener unos plazos de entrega mucho más cortos, unos precios más competitivos y lo más importante, mejorar la satisfacción general del cliente en relación al proceso de compra. (Empresayeconomia, 2013).

Los emprendedores, pequeños empresarios y hasta profesionales independiente, parecen brindar poca importancia a la *puntualidad* cuando se trata de entregar un producto o servicio a un cliente. Un cliente al que se le incumple, es por lo general un cliente que se pierde, a no ser que ese cliente no tenga otras alternativas, lo que es muy improbable en un medio en el que abunda la competencia y el que el consumidor es cada vez más exigente, que valor más el dinero que cada día cuesta más conseguirlo. (Gerencie.com, 2010).

Los bienes comprados se deben de transportar desde el punto inicial (almacén) hasta el lugar donde se necesita y cuando se les necesita, pero mantener, a la vez, los inventarios en una cantidad mínima pero suficiente para asegurar la producción o comercialización y el servicio al cliente. Al margen del modo de transporte que se utilice, una entrega puntual es un elemento fundamental del

proceso de compra de bienes y servicios. (Fraser Johnson, Leenders, & Flynn, 2014).

2.3. DEFINICIONES CONCEPTUALES

Almacenaje: se refiere a la administración del espacio físico para el Mantenimiento de las existencias, se refiere al diseño y gestión operativa de los almacenes, de las diferentes herramientas y tecnologías que deben utilizarse para optimizar la operación. (Bohorquez, E. & Puello, R, 2013).

Gestión: “Gestión” (s/f.). Es la acción y el efecto de gestionar y administrar. De una forma más específica, una gestión es una diligencia, entendida como un trámite necesario para conseguir algo o resolver un asunto, habitualmente de carácter administrativo o que conlleva documentación.

Gestión es también un conjunto de acciones u operaciones relacionadas con la administración y dirección de una organización.

Logística: Según Correa & Luna, (2011) nos indica que “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”.

Por su parte Zuluaga (2012), indica que: La gestión logística es el arte del almacenaje, movimiento de mercancías y de información, su buena práctica disminuye los costos, aumenta la velocidad de respuesta, y mejora el nivel de servicio.

El propósito de toda empresa está enmarcado al crecimiento y bienestar económico, este desarrollo se evidencia en una nueva inversión, en el incremento de capital, en fuentes de empleo; y especialmente en el

aumento de su productividad. La Logística es una de las herramientas que contribuye al crecimiento de la economía empresarial.

Una definición actual más completa de logística ajustada a la realidad empresarial es la siguiente: *“Dado un nivel de servicio al cliente predeterminado, la logística se encargará del diseño y gestión del flujo de información y de materiales entre clientes y proveedores (distribución, fabricación, aprovisionamiento, almacenaje y transporte,...) con el objetivo de disponer del material adecuado, en el lugar adecuado, en la cantidad adecuada, y en el momento oportuno, al mínimo coste posible y según la calidad y servicio predefinidos para ofrecer a nuestros clientes”*. (Flores, 2014).

Inventario: Relación detallada de todos los bienes en existencias. CEPADE (2004 citado por Rincón, O. 2014).

Rotación de inventario y semanas de suministro: medidas de la eficiencia de la cadena de suministro que matemáticamente son inversas entre sí (Krajewski y Ritzman, 2008).

Kárdex: Es una tarjeta donde se registra en base a la documentación correspondiente, el movimiento de las entradas y salidas de las mercaderías que nos ayudará obtener en forma inmediata su saldo físico así como también su valor respectivo. En estos tiempos tecnológicos el Kárdex se ha computarizado dejando de lado el aspecto manual y la tarjeta física, se ha creado ahora software especializado o se puede crear uno en Excel (Roberto, 2013).

2.4. SISTEMA DE HIPÓTESIS

2.4.1. HIPÓTESIS GENERAL

HI: La gestión logística se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri-2017.

HO: La gestión logística no se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri-2017.

2.4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICA

HE1: El sistema de almacenamiento se relaciona con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito San Miguel de Cauri-2017.

HE2: El proceso de distribución se relaciona con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito San Miguel de Cauri-2017.

HE3: El control de inventarios se relaciona con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017.

2.5. SISTEMA DE VARIABLES

2.5.1. VARIABLE INDEPENDIENTE

- Gestión logística.

2.5.2. VARIABLE DEPENDIENTE

- Aprovisionamiento.

2.6. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADOR	ITEMS
VI Gestión Logística	• Sistema de Almacenamiento.	• Instalaciones	¿Cuenta usted con instalaciones para almacenar los productos que expide?
		• Equipo	¿Cuenta usted con equipos (anaqueles, mostradores, vitrinas, etc) de almacenamiento?
	• Proceso de Distribución.	• Seguridad	¿Considera usted que el proceso de distribución que utiliza es seguro para los productos que comercializa?
		• Entrega a tiempo	¿Considera usted que los productos solicitados son entregados a tiempo?
		• Eficiencia	¿Considera usted que el proceso de distribución recibido es eficiente?
	• Control de Inventarios.	• Kardex	¿Utiliza usted el método de Kardex (físico o virtual) en su negocio?
		• Control físico	¿Realiza usted algún tipo de control físico para su mercadería?
VD Aprovisionamiento	• Proveedores.	• Búsqueda en línea	¿Utiliza usted la búsqueda en línea para contactar proveedores?
		• Catálogos electrónicos	¿Utiliza usted catálogos electrónicos para contactar proveedores?
		• Periódicos comerciales	¿Utiliza usted periódicos comerciales para contactar proveedores?
		• Contactos profesionales	¿Utiliza usted contactos profesionales para contactar proveedores?
	• Cantidad.	• Pronósticos	¿Para realizar la compra de las mercaderías utiliza usted pronósticos de venta?
		• Costos	¿Para realizar la compra de las mercaderías considera usted los costos?
		• Disponibilidad	¿Para realizar la compra de las mercaderías considera usted la disponibilidad de los productos?
	• Calidad.	• Características/especificaciones	¿Considera usted que los productos que compra cumplan con las características y especificaciones detalladas?
		• Confiabilidad	¿Considera usted que el aprovisionamiento que usted recibe es confiable?
		• Durabilidad	¿Considera usted al momento de comprar la durabilidad de los productos?
	• Precio.	• Cotizaciones	¿Usted cotiza los precios de mercado antes de realizar su abastecimiento?
		• Ofertas	¿Adquiere usted productos en ofertas?
		• Promociones	¿Adquiere usted productos en promociones?
		• Descuentos	¿Considera usted que los descuentos al comprar por mayor son necesarios?
	• Tiempo	• Puntualidad	¿Considera usted que su aprovisionamiento es puntual en su negocio?

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014) la presente investigación es de tipo aplicada ya que guarda una íntima relación con la investigación básica, porque depende de los avances de esta última y se caracteriza porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos adquiridos.

Según Supo, J. (2015) Existen diversas propuestas para clasificar la investigación, pero solamente serán útiles aquellas que cumplan con las condiciones de exhaustivo y excluyente, en este sentido solamente 4 pueden considerarse operativas:

a) Según la intervención del investigador:

Es una investigación observacional, sin intervención.

Son observacionales porque no existe intervención del investigador y los datos reflejan la evolución natural de los eventos, todo esto ajeno a la voluntad del investigador.

b) Según la planificación de la toma de datos:

Es una investigación prospectiva, ya que los datos con los que trabajamos son planeados.

Cuando los datos necesarios para el estudio son recogidos a propósito de la investigación, es el investigador quien realiza las mediciones, a estos datos se les conoce como primarios y es que el investigador posee control del sesgo de medición.

c) Según el número de ocasiones en que se mide la variable de estudio:

Transversal, es porque se mide una sola vez.

Si todas las variables son medidas en una sola ocasión; por eso si realizamos comparaciones, se trata de muestras independientes o grupos paralelos.

d) Según el número de variables analíticas:

Analítico, porque tiene más de una variable.

Por lo que cuenta más de dos variables de interés su análisis estadístico es bivariada; estos estudios plantean y ponen a prueba hipótesis, evidentemente su nivel más básico establece la asociación entre los factores.

Estas clasificaciones son exhaustivas porque no habrá ningún estudio que no pueda clasificarse en alguna de estas dicotomías y son excluyentes porque no habrá ningún estudio que pueda pertenecer a ambas categorías en estas cuatro clasificaciones.

3.1.1. ENFOQUE

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2014) El enfoque de esta investigación es mixto porque se utilizará para la recolección de datos y para probar una hipótesis de la misma forma para el análisis estadístico, esto con la finalidad de establecer patrones de comportamiento y probar teorías.

3.1.2. ALCANCE O NIVEL

Referente a esta investigación de acuerdo a los momentos de la investigación es considerada como una investigación pura centrándose en el **nivel correlacional** debido a que no son estudios de causa y efecto; solo demuestra dependencia probabilística entre eventos, luego mediremos la relación de las dos variables de estudio, ya que la estadística bivariada nos permite hacer asociaciones (chi cuadrado) y medidas de asociación (Supo, J. 2015)

3.1.3. DISEÑO

El diseño de la investigación es no experimental de tipo transversal, debido a que se describen las relaciones entre dos o más variables en un momento determinado (Carrasco, 2013, p. 71-72).

3.2. POBLACIÓN Y MUESTRA

3.2.1. POBLACIÓN (N)

Para esta investigación en particular, se ha segmentado según el ámbito geográfico y la población está compuesto por todas las comercializadoras de abarrotes, siendo todas como persona natural con negocio las mismas que comprenden 35 comercializadoras de abarrotes que tienen su domicilio fiscal en la capital del distrito de San Miguel de Cauri. Es preciso mencionar que estas son negocios informales por los diferentes factores que están detalladas en la descripción del problema.

RELACIÓN DE LAS COMERCIALIZADORAS DE ABARROTES DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL DE CAURI

Nº ORD	TITULAR	NOMBRE COMERCIAL	DIRECCIÓN	Nº RUC
1	Advincula Guillermo, Donata	Sin nombre	Jr. Huánuco s/n	
2	Advincula Zoriano, Delfina	Mercantil "Delfi"	Jr. Andrés Avelino Caceres s/n	
3	Ayala Ramos, Hugo	Sin nombre	Jr. Yanacocha s/n	
4	Ambrosio Estrada, Advienta	Sin nombre	Jr. General Prado s/n	
5	Camones Salvador, Mahuer	Comercial "Salvador"	Jr. Yanacocha s/n	
6	Celis Ambrosio, Martha	Comercial "Jony"	Jr. Leoncio Prado s/n	
7	Collantes Salvador, Magno	Sin nombre	Jr. Yanacocha s/n	
8	Condores Falcón, Máximo	Bodega "Falcón"	Jr. Espíritu Santo s/n	
9	Cornelio Aire, Agustin	Sin nombre	Jr. Chacracocha s/n	
10	* Cornelio Falcón, Javier	Comercial "Cornelio"	Jr. San Miguel s/n	10413400851
11	Falcón Campos, Doris	Bodega "Doris"	Jr. Espíritu Santo s/n	

12	Huacho León, Jaime	Bodega "Lucy"	Jr. San Miguel s/n	
13	Jesús Matos, Benito	Comercial "Carol"	Jr. Dos de Mayo s/n	
14	Jesús Matos, Julian	Comercial "Jeshua"	Jr. Chacracocha s/n	
15	León Salvador, Adolfo	Comercial "Leóncito de Yachas"	Jr. Yanacocha s/n	
16	Mallqui Benancio, Teonila	Sin nombre	Jr. Espíritu Santo s/n	
17	Mallqui Salvador, Gaudencio	Bodega "Mallquito"	Jr. San Miguel s/n	
18	Polino Toribio, Doris	Mercantil "Doris"	Jr. Dos de Mayo s/n	
19	Puente Cristobal, Heraclio	Comercial "H&M"	Jr. Espíritu Santo s/n	
20	Puente Fernandez, Elías	Bodega "Yuly"	Jr. Yanacocha s/n	
21	Chavez Tacuche, Emelda	Bodega "Emelda"	Jr. Huánuco s/n	
22	Rojas Tacuchi, Florentino	Comercial "Rojas"	Jr. Dos de Mayo s/n	
23	Rojas Trujillo, Salomina	Sin nombre	Jr. Dos de Mayo s/n	
24	Santos Carbajal, Nestor	Comercial "Santos"	Jr. Espíritu Santo s/n	
25	Serrano Celestino, Hugo	Comercial "Ruth"	Jr. Niño Cocha s/n	
26	Tacuche Davila, Estelita	Comercial "Melissa"	Jr. Andrés Avelino Caceres s/n	
27	Tacuche Ramírez, Rolando	Comercial "Rola"	Jr. Espíritu Santo s/n	
28	Tacuchi Rosas, Olinda	Comercial "Tacuche"	Jr. Andrés Avelino Caceres s/n	
29	Tacuchi Rosas, David	Comercial "Miriam"	Jr. General Prado s/n	
30	Tacuchi Rosas, Nilo	Comercial "Tacuchi"	Jr. General Prado s/n	
31	Tadeo Dominguez, Sofío	Sin nombre	Jr. Espíritu Santo s/n	
32	Tadeo Falcón, Ende Pedro	Comercial "Tadeo"	Jr. Espíritu Santo s/n	
33	Torres León, Gregorio	Sin nombre	Jr. Andrés Avelino Caceres s/n	
34	Tucto Santiago, Luz	Comercial "Urielito"	Jr. Espíritu Santo s/n	
35	Vara Trinidad, Walter	Bodega "Vara"	Jr. Huánuco s/n	

Fuente: Recopilación propia del investigador

Elaboración: Propia

* El negocio del ítem 10 está afecto al Nuevo RUS en la categoría N° 1 en una escala de ingresos y egresos igual o menor a S/. 5 000, debiendo tributar S/. 20 al mes. Sin embargo este negocio no es considerado como Micro Empresa debido a que no se encuentra inscrito en la REMYPE.

3.2.2. MUESTRA (n)

Para esta investigación se ha analizado las tres situaciones si la población es desconocida, inaccesible e inalcanzable y se ha llegado a la conclusión de que sí es posible investigar a las 35 comercializadoras de abarrotes que se encuentra segmentado, siendo la misma cantidad de la población.

Por otra parte, es menester mencionar que esta es una muestra no probabilística de tipo muestreo por conveniencia porque las muestras son seleccionadas de acuerdo a la accesibilidad del investigador. En ese sentido, los sujetos son elegidos ya que son fáciles de reclutarlos.

$$N = n$$

3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

En la presente investigación la recolección de los datos involucra los medios o técnicas utilizados por el investigador para medir el comportamiento de las variables que permite la verificación del problema planteado, tomando en cuenta estas consideraciones y las características, los objetivos y el modelo de investigación, para lo cual se utilizará la técnica e instrumento que será lo siguiente.

Técnica: (Variable dependiente e independiente)

- **Encuesta:** según Sierra (1999), “es aquella que engloba todos los procedimientos utilizados en ciencias sociales, no solo para examinar las fuentes donde se encuentran los hechos y datos objetos de estudio, sino también para obtenerlos la información sea oral o escrita.

Instrumento: (Variable dependiente e independiente)

- **Cuestionario:** Barrera (2010), considera que un cuestionario “es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre el cual el investigador desea obtener información”. En ese sentido, se ha tomado en cuenta utilizar este tipo de instrumento para la ejecución de la presente.

Por otra parte, el instrumento constará de 25 preguntas, la cual será dirigido a los titulares de las comercializadoras de abarrotos que se encuentra en la muestra.

3.4. TÉCNICAS PARA EL PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Para analizar los datos recolectados en la encuesta aplicada se hará uso de las herramientas estadísticas y el análisis gráfico de cada una de las preguntas, para lo cual se utilizará el Microsoft Excel ya que contiene un conjunto de herramientas para el respectivo análisis.

Así mismo, se realizará los siguientes trabajos:

- ✓ Trabajo de campo
- ✓ Ordenamiento y codificación de datos
- ✓ Tabulación
- ✓ Cuadros estadísticas
- ✓ Gráficos
- ✓ Análisis e interpretación.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. PROCESAMIENTO DE DATOS

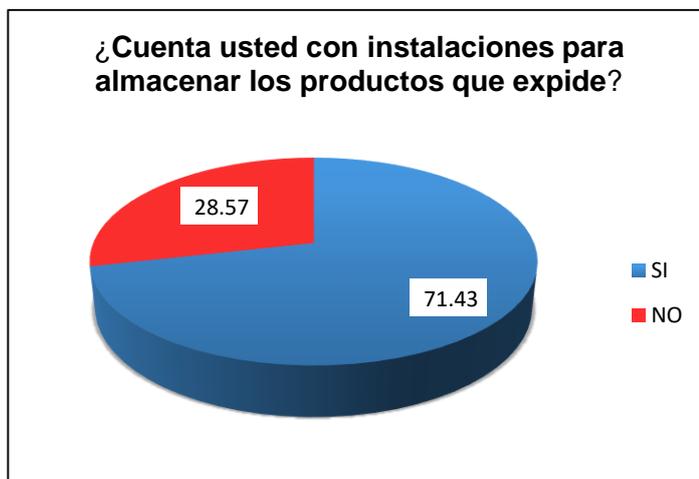
PREGUNTA N° 1: ¿Cuenta usted con instalaciones para almacenar los productos que expide?

CUADRO N° 1

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	25	71.43
NO	10	28.57
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 1



Fuente: Cuadro N° 1
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el presente gráfico se observa que el 71.43% de las comercializadoras de abarrotes encuestadas cuentan con instalaciones para almacenar los productos que expiden y los restantes 28.57% mencionan que no; lo que significa que la mayoría de estos negocios si pueden expedir sus productos de la mejor manera posible con el fin de que sea lo más visible para los clientes.

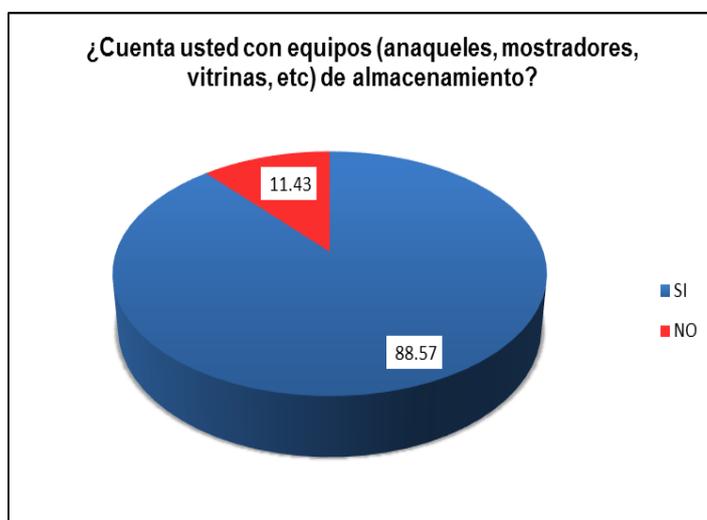
PREGUNTA N° 2: ¿Cuenta usted con equipos (anaqueles, mostradores, vitrinas, etc) de almacenamiento?

CUADRO N° 2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	31	88.57
NO	4	11.43
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 2



Fuente: Cuadro N° 2
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el gráfico N° 2 se puede notar que el 88.57% de los encuestados respondieron de que cuentan con equipos (anaqueles, mostradores, vitrinas, etc.) de almacenamiento y los siguientes 11.43% dijeron que no cuentan; en tal sentido la mayoría de los negocios pueden exhibir muy bien sus productos.

PREGUNTA N° 3: ¿Considera usted que el proceso de distribución que utiliza es seguro para los productos que comercializa?

CUADRO N° 3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	7	20.00
NO	28	80.00
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 3



Fuente: Cuadro N° 3
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el gráfico N° 3 podemos notar que el 80% de los encuestados consideran que el proceso de distribución utilizada para los productos que comercializan no es seguro y los siguientes 20% indican que Sí; en tal sentido, la mayoría de los comerciantes se sienten inseguros referente al proceso de distribución y esto definitivamente afecta a la gestión logística.

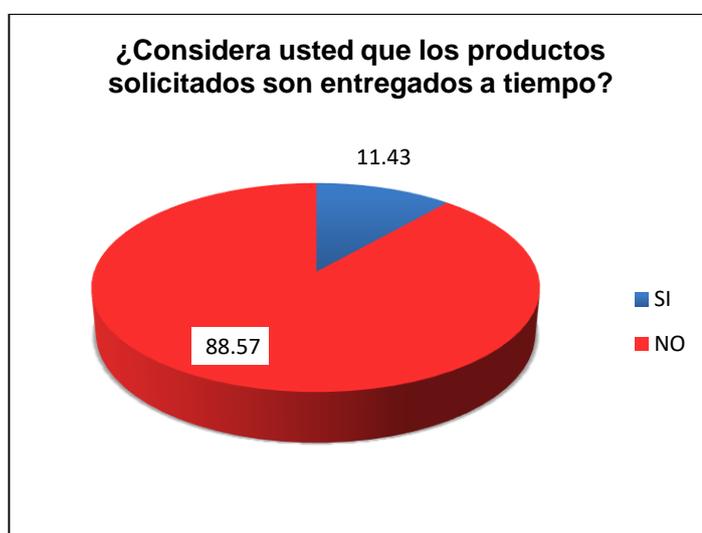
PREGUNTA N° 4: ¿Considera usted que los productos solicitados son entregados a tiempo?

CUADRO N° 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	4	11.43
NO	31	88.57
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 4



Fuente: Cuadro N° 4
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta realizada, el 88.57% de las comercializadoras de abarrotes consideran que los productos solicitados no son entregados a tiempo, mientras que el 11.43% indican que Sí; lo que significa que debido a este problema muchas veces estas tiendas se encuentran desabastecidos de los productos por varios factores entre ellos es, que las vías de acceso al distrito no son muy buenas y a la vez la distancia de la ciudad de Huánuco a San Miguel de Cauri es de 75Km, que se realiza en un tiempo de traslado de 3 a 5 horas aproximadamente dependiendo el vehículo de transporte entre automóviles o camión.

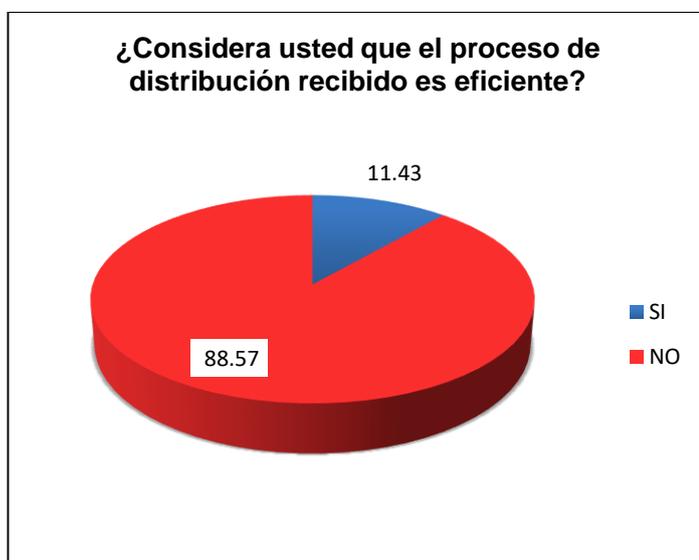
PREGUNTA N° 5: ¿Considera usted que el proceso de distribución recibido es eficiente?

CUADRO N° 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	4	11.43
NO	31	88.57
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 5



Fuente: Cuadro N° 5
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los datos obtenidos y estos ya procesados se obtuvo el resultado, en el cual el gráfico muestra que el 88.57% de los encuestados manifestaron que el proceso de distribución que reciben es ineficiente, mientras que el 11.43% consideran que Sí es eficiente; esto nos indica que en su mayoría de las comercializadoras de abarrotes sufren este tipo de problemas afectando el proceso logístico, esto sucede por varios factores entre ellos vías de acceso en mal estado, la distancia muy amplia de la zona de abastecimiento, vehículos de transporte de carga muy limitado.

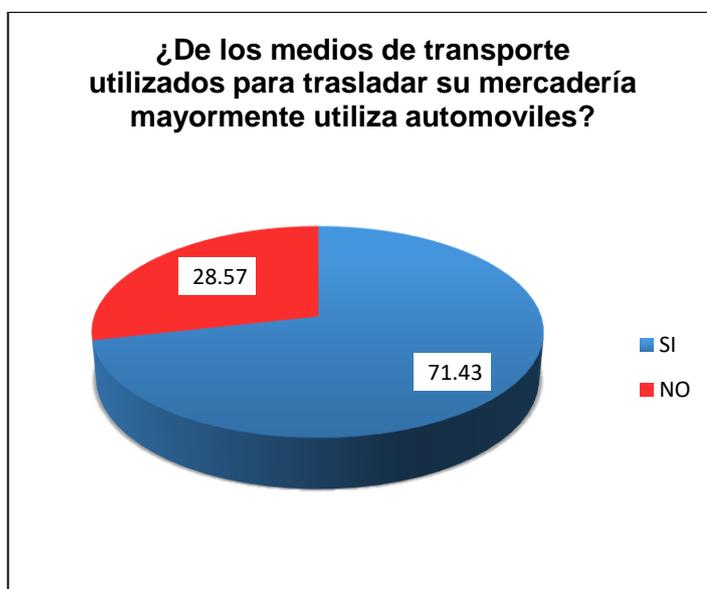
PREGUNTA N° 6: ¿De los medios de transporte utilizados para trasladar su mercadería mayormente utiliza automóviles?

CUADRO N° 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	25	71.43
NO	10	28.57
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 6



Fuente: Cuadro N° 6
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el gráfico N° 6 podemos notar que el 71.43% de los encuestados consideran que, el medio de transporte utilizada para trasladar los productos que comercializan son automóviles y los siguientes 28.57% indican que No; en tal sentido, la mayoría de los comerciantes como medio de transporte para sus mercaderías utilizan vehículos menores esto definitivamente afecta a la gestión logística ya que el costo de transporte será elevado y a la cantidad transportada será mínima.

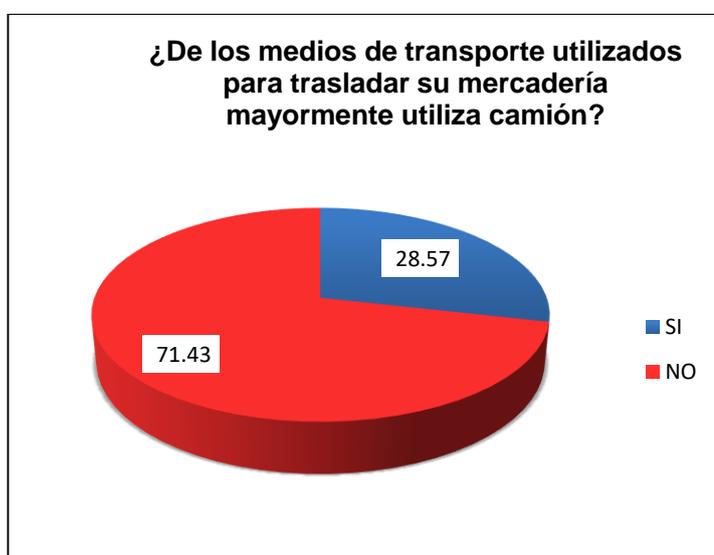
PREGUNTA N° 7: ¿De los medios de transporte utilizados para trasladar su mercadería mayormente utiliza camión?

CUADRO N° 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	10	28.57
NO	25	71.43
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 7



Fuente: Cuadro N° 7
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del gráfico N° 7 podemos notar que el 71.43% indican que No, mientras que el 28.57% de los encuestados consideran que el medio de transporte utilizada para trasladar los productos que comercializan es el camión indican; en tal sentido, la minoría de los comerciantes como medio de transporte para trasladar sus productos utilizan camión de 4 TN, para ser más específico dicho vehículo es de unos estos comerciantes que de manera esporádica viajan a Huánuco ya acumulando la carga, esto definitivamente afecta a la gestión logística.

PREGUNTA N° 8: ¿Utiliza usted el método de Kardex (físico o virtual) en su negocio?

CUADRO N° 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	0	-
NO	35	100.00
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 8



Fuente: Cuadro N° 8
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

El presente gráfico N° 8 nos muestra que el 100% de los encuestados no utilizan el Kárdex (físico o virtual) en su negocio para el control de sus mercaderías, esto nos indica que hay una deficiencia en esta parte del proceso ya que no sabrán cuánto de productos ingresa y/o sale al mes, al año, este tipo de problemas son muy graves en las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri que es materia de investigación. Es preciso indicar que el Kárdex es una tarjeta donde se registra en base a la documentación correspondiente, el movimiento de las entradas y salidas de las mercaderías que nos ayudará obtener en forma inmediata su saldo físico así como también su valor respectivo.

PREGUNTA N° 9: ¿Realiza usted algún tipo de control físico para su mercadería?

CUADRO N° 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	2	5.71
NO	33	94.29
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 9



Fuente: Cuadro N° 9
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo al estudio realizado a las comercializadoras de abarrotes de la muestra de investigación se obtuvo un dato muy resaltante, lo cual arroja un 94.29% No realiza ni al menos un control físico de los productos, no obstante, un 5.71% Sí lo realiza mediante la anotación en una forma esporádica en un cuaderno de cuanto ha vendido al mes y cuánto va comprar pero en este cuaderno no considera el valor del producto por lo cual no es considerado como Kárdex porque no cumple las características, y este dato también le sirve como pronóstico de venta. Por otra parte, este último % del resultado obtenido de los encuestados es muy preocupante ya que hay un desconocimiento de la importancia de llevar un control de ingresos y salidas.

PREGUNTA N° 10: ¿Utiliza usted la búsqueda en línea para contactar proveedores?

CUADRO N° 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	0	-
NO	35	100.00
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 10



Fuente: Cuadro N° 10
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del gráfico N° 10 podemos notar que el 100% de los encuestados indicaron que, para contactarse con un proveedor no los utilizan la herramienta como es la búsqueda en línea; en tal sentido ellos consideran que no es necesario o desconocen, pero si están atento y dominan las redes sociales.

PREGUNTA N° 11: ¿Utiliza usted catálogos electrónicos para contactar proveedores?

CUADRO N° 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	0	-
NO	35	100.00
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 11



Fuente: Cuadro N° 11
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del gráfico N° 11 podemos observar que el 100% de los encuestados manifestaron que No utiliza los catálogos electrónicos para contactarse con un proveedor; en tal sentido ellos consideran que no es necesario o desconocen pues como sabemos hay mayor oportunidad que les pueden ofrecer.

PREGUNTA N° 12: ¿Utiliza usted periódicos comerciales para contactar proveedores?

CUADRO N° 12

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	0	-
NO	35	100.00
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 12



Fuente: Cuadro N° 12
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el gráfico N° 12 se observa que el 100% de los encuestados indicaron que No utiliza los periódicos comerciales para contactarse con un proveedor; en tal sentido ellos consideran que no es necesario a sabiendas que hay mayor oportunidad que les pueden ofrecer.

PREGUNTA N° 13: ¿Utiliza usted contactos profesionales para contactar proveedores?

CUADRO N° 13

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	5	14.29
NO	30	85.71
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 13



Fuente: Cuadro N° 13
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los datos recolectados de la muestra de investigación y ésta ya procesada, se obtuvo el siguiente resultado en la cual se contempla que el 85.71% no utiliza los contactos profesionales (recomendación de expertos) para contactarse con los proveedores, mientras que el 14.29% indicaron que Sí, por intermedio de la recomendación de los expertos; en tal sentido, todo esto sucede por falta de interés de los titulares y se conforman con lo que encuentran a su paso y el efecto es costos muy elevados.

PREGUNTA N° 14: ¿El proceso de selección que utiliza para escoger a sus proveedores es bueno?

CUADRO N° 14

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	7	20.00
NO	28	80.00
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 14



Fuente: Cuadro N° 14
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el gráfico N° 14 se observa que el 80% de los encuestados indicaron que el proceso de selección que utiliza para escoger a sus proveedores No es bueno, mientras que el 20% manifestaron que Sí es buena; en tal sentido ellos consideran que no es necesario a sabiendas que hay mayor oportunidad que les pueden ofrecer.

PREGUNTA N° 15: ¿Para realizar la compra de las mercaderías utiliza usted pronósticos de venta?

CUADRO N° 15

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	11	31.43
NO	24	68.57
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 15



Fuente: Cuadro N° 15
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Según la encuesta realizada, el 68.57% de las comercializadoras de abarrotes no consideran los pronósticos de venta para adquirir sus productos, mientras que el 31.43% indican que Sí; lo que significa, que debido a este factor muchas veces estas tiendas se encuentran desabastecidos de los productos, obteniendo como resultado la insatisfacción de los clientes, pérdida y otros.

PREGUNTA N° 16: ¿Para realizar la compra de las mercaderías considera usted los costos?

CUADRO N° 16

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	24	68.57
NO	11	31.43
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 16



Fuente: Cuadro N° 16
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el presente gráfico N° 16 se observa que el 68.57% de las encuestas aplicadas a los titulares de las comercializadoras de abarrotes dijeron que Sí consideran los costos para realizar la compra de las mercaderías, no obstante, el 31.43% indicaron que No; en tal sentido, la mayoría consideran que es importante este factor puesto que de esto va depender los precios para el consumidor final.

PREGUNTA N° 17: ¿Para realizar la compra de las mercaderías considera usted la disponibilidad de los productos?

CUADRO N° 17

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	21	60.00
NO	14	40.00
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 17



Fuente: Cuadro N° 17
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del gráfico N° 17 podemos notar que el 60% de las encuestados aplicadas a los titulares de las bodegas del distrito de San Miguel de Cauri, dijeron que Sí consideran la disponibilidad de los productos, mientras tanto el 40% dijeron que No; en tal sentido, la mayoría de estos negocios se preocupan por la disponibilidad y de esto va depender la cantidad de compra que se va a realizar.

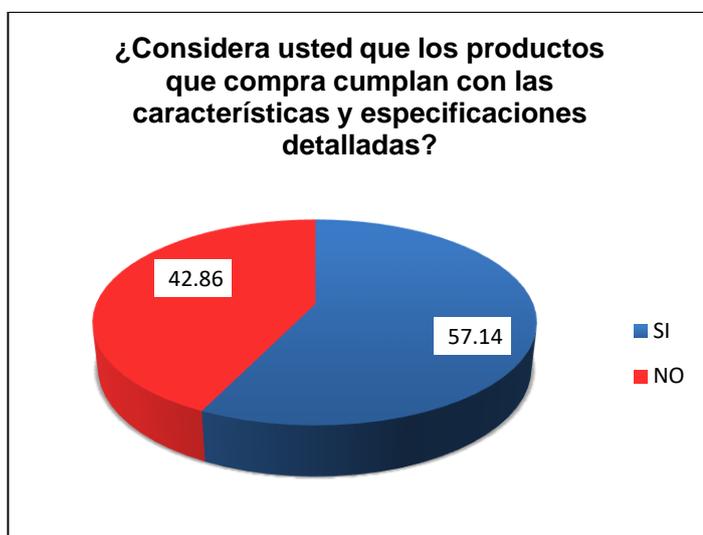
PREGUNTA N° 18: ¿Considera usted que los productos que compra cumplan con las características y especificaciones detalladas?

CUADRO N° 18

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	20	57.14
NO	15	42.86
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 18



Fuente: Cuadro N° 18
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el gráfico N° 18 se observa que el 57.14% de los encuestados manifestaron que los productos que compran Sí cumplen con las características y especificaciones detalladas referente a la calidad y los siguientes 42.86% dijeron que No; lo que significa, que para la mayoría de las comercializadoras de abarrotes de los productos que adquieren cumplen con las cualidades a pesar de que las marcas no son muy reconocidas.

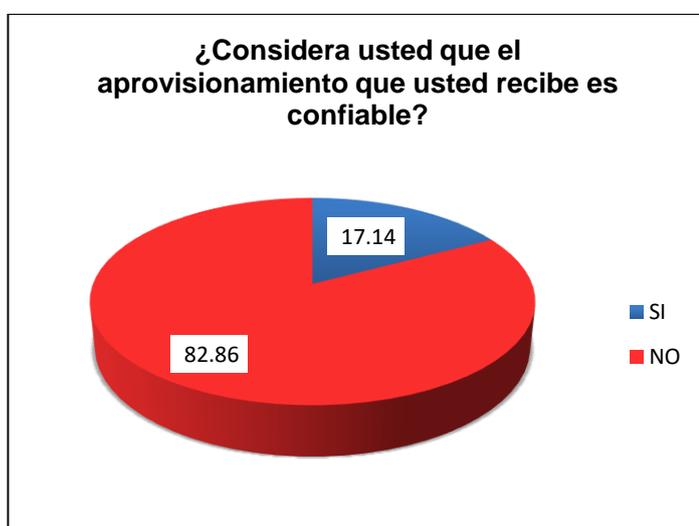
PREGUNTA N° 19: ¿Considera usted que el aprovisionamiento que usted recibe es confiable?

CUADRO N° 19

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	6	17.14
NO	29	82.86
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 19



Fuente: Cuadro N° 19
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el gráfico N° 19 se observa que el 82.86% de los encuestados consideran que el aprovisionamiento que reciben no es confiable, mientras que el 17.14% indicaron que Sí es confiable; en tal sentido, la mayoría de los titulares del negocio tienen desconfianza debido a los antecedentes que se genera en el mercado, tal es el caso de la leche Pura vida.

PREGUNTA N° 20: ¿Considera usted al momento de comprar la durabilidad de los productos?

CUADRO N° 20

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	28	80.00
NO	7	20.00
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 20



Fuente: Cuadro N° 20
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo al estudio realizado a las comercializadoras de abarrotes que es materia de investigación se obtuvo un dato muy resaltante, lo cual indica que un 80% de los encuestados respondieron que Sí considera la durabilidad de los productos al momento de comprar, no obstante, un 20% dijeron que no; este dato es muy importante ya que la mayoría conocen la importancia de esta variable y verifican la fecha de vencimiento al momento de realizar la compra porque hay productos de muy corta duración tales como yogurt, batidos, etc.

PREGUNTA N° 21: ¿Usted cotiza los precios de mercado antes de realizar su abastecimiento?

CUADRO N° 21

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	5	14.29
NO	30	85.71
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 21



Fuente: Cuadro N° 21
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

De acuerdo a los datos obtenidos y estos ya procesados se obtuvo el resultado, en lo cual el gráfico muestra que el 85.71% de los encuestados manifestaron que no cotiza los precios al momento de realizar su abastecimiento, mientras que el 14.29% consideran que Sí realiza cotizaciones; esto nos indica que en su mayoría las comercializadoras de abarrotes no cotizan los precios y por lo tanto no están informados, ya que les compran a los mayoristas que siempre lo compran.

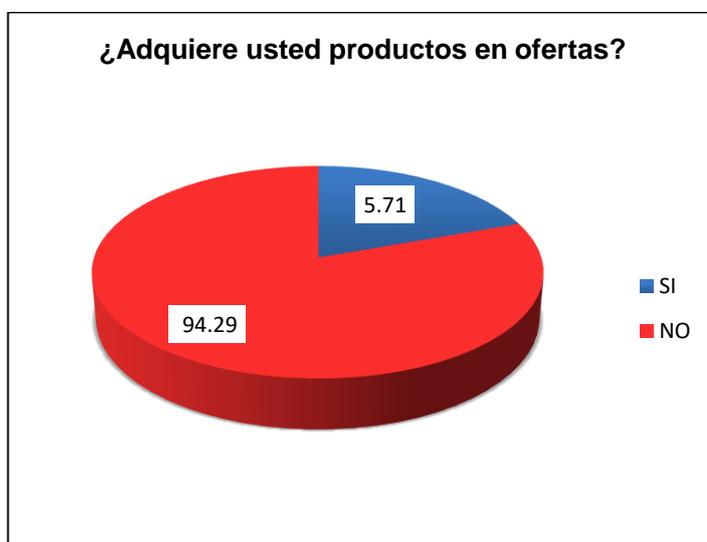
PREGUNTA N° 22: ¿Adquiere usted productos en ofertas?

CUADRO N° 22

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	2	5.71
NO	33	94.29
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 22



Fuente: Cuadro N° 22
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el gráfico N° 19 se observa que el 94.29% de los encuestados dijeron que No compra los productos en oferta, mientras que el 5.71% manifestaron que Sí adquieren productos cuando están en ofertas; en tal sentido, la mayoría de estos negocios no consideran de mayor importancia las ofertas que se les ofrecen los mayoristas.

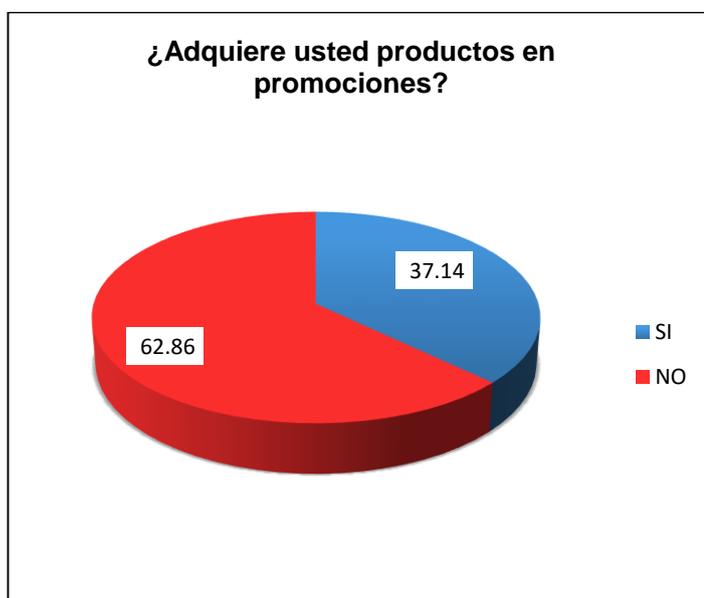
PREGUNTA N° 23: ¿Adquiere usted productos en promociones?

CUADRO N° 23

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	13	37.14
NO	22	62.86
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N°23



Fuente: Cuadro N° 23
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el presente gráfico N° 23 se puede notar que el 62.86% de los titulares de los negocios indicaron que No adquieren productos que están en promociones y los siguientes 37.14% dijeron que Sí compran los productos cuando están en promociones; por lo que es importante considerar este tipo de datos con el fin de informar mejor en qué consisten las promociones ya que son la mayoría.

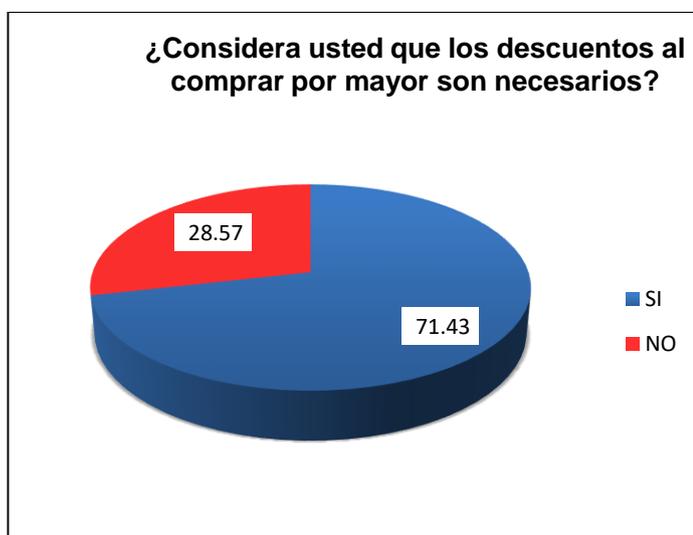
PREGUNTA N° 24: ¿Considera usted que los descuentos al comprar por mayor son necesarios?

CUADRO N° 24

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	25	71.43
NO	10	28.57
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 24



Fuente: Cuadro N° 24
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Del gráfico N° 24 podemos notar que el 71.43% de los encuestados Sí consideran los descuentos al momento de comprar sus productos, mientras que el 28.57% indicaron que No; lo que significa que la mayoría de los titulares de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri prefieren los descuentos que otras formas de la comunicación comercial cuando realizan las comprar al por mayor.

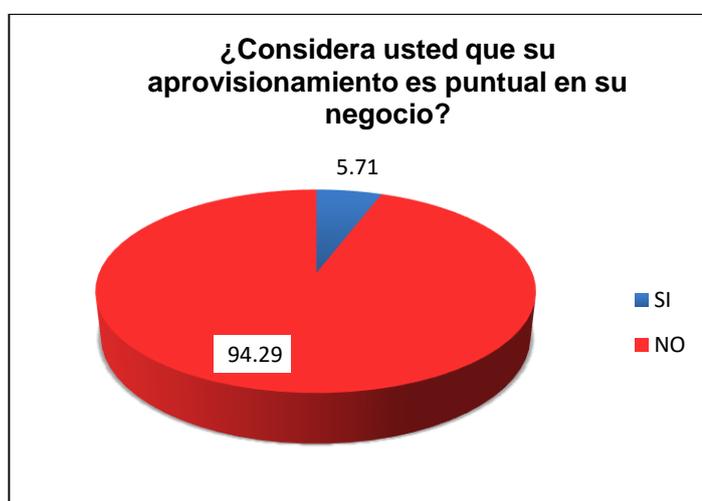
PREGUNTA N° 25: ¿Considera usted que su aprovisionamiento es puntual en su negocio?

CUADRO N° 25

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA	%
SI	2	5.71
NO	33	94.29
TOTAL	35	100

Fuente: Cuestionario
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 25



Fuente: Cuadro N° 25
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En este gráfico N° 25 se observa que el 94.29% de los encuestados dijeron que no es puntual su aprovisionamiento (abastecimiento) en su negocio, en tanto los siguientes 5.71% indicaron que Sí es puntual; en tal sentido, la mayoría de los comerciantes consideran que es impuntual en el abastecimiento de los productos que expiden para la venta al público. Por otra parte es necesario conocer que el aprovisionamiento es el conjunto de operaciones que pone a disposición de la organización, en las mejores condiciones de calidad, precio, tiempo y cantidad todos los productos del exterior que son necesarios para el funcionamiento de la misma.

4.1.1. RESÚMEN DEL ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE: GESTIÓN LOGÍSTICA

CUADRO N° 26

ITEMS	DIMENSIONES	SI %	NO %	%
1	SISTEMA DE ALMACENAMIENTO	80	20	100
2	PROCESO DE DISTRIBUCIÓN	14	86	100
3	CONTROL DE INVENTARIOS	3	97	100
		97	203	
Media valor de frecuencia		32	68	100

Fuente: N° 1 al 7 de la aplicación de la encuesta

Elaboración: Propia del Investigador

4.1.2. RESÚMEN DEL ANÁLISIS DE LAS DIMENSIONES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE: APROVISIONAMIENTO

CUADRO N° 27

ITEMS	DIMENSIONES	SI %	NO %	%
1	PROVEEDOR	4	96	100
2	CANTIDAD	53	47	100
3	PRECIO	32	68	100
		89	211	
Media valor de frecuencia		30	70	100

Fuente: N° 10 al 13; 15 al 17; 21 al 24 de la aplicación de la encuesta

Elaboración: Propia del Investigador

4.2. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

A. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS GENERAL

H₁. La gestión logística se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri-2017.

H₀. La gestión logística no se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri-2017. **CUADRO N° 28**

CÁLCULO DE COEFICIENTE DE CORRELACION DE PEARSON					
Escala Valorativa	(X)	(Y)	X ²	XY	Y ²
SI	11	11	121	121	121
NO	24	24	576	576	576
TOTAL	35	35	697	697	697

Fuente: Cuadro N° 10 al 13; 15 al 17; 21 al 24 de la aplicación de la encuesta
Elaboración: Propia del Investigador

Aplicación de la Fórmula:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

$$r = \frac{35(697) - (35)(35)}{\sqrt{(35(697) - (697)^2)(35(697) - (697)^2)}}$$

$$r = \frac{24395 - 1225}{\sqrt{(24395 - 485809)(24395 - 485809)}}$$

$$r = \frac{23170}{\sqrt{-461414 * -461414}}$$

$$r = \frac{23170}{461414}$$

$$r = \frac{23170}{461414}$$

$$r = \frac{23170}{461414}$$

$$r = \frac{23170}{461414}$$

461414

r = 0.05021552

r = 5.02%

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

En el cuadro N° 28 y de acuerdo al resultado de la aplicación de la fórmula se puede notar que el coeficiente de correlación obtenido de la prueba de X^2 de Pearson $r = 0.05$. En tal sentido, se acepta la H_1 y se rechaza la H_0 por lo que podemos decir que Sí existe relación entre la una y la otra variable. Por lo tanto, la gestión logística se relaciona con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri-2017.

5.1.2. DE LA CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS: CONTRASTACIÓN ESTADÍSTICA

Hipótesis Estadísticas:

$$H_0 = X^2 \geq X^2 \text{ crítico}$$

$$H_1 = X^2 < X^2 \text{ crítico}$$

Prueba estadística: Dado que las variables son mixtas se utilizó X^2 .

Nivel de significación: $\alpha = 0,05$

Grados de libertad: cuatro.

Valor crítico: 0.05021552

Región de rechazo: todos los valores X^2 calculados iguales o mayores que el valor crítico.

Cálculo de la Prueba:

Para ello se han efectuado los resúmenes de las estimaciones vertidas en cada uno de los variables expuestos, tanto sobre la gestión logística y aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri - 2017.

A continuación, se observa el cuadro correspondiente:

Analizando el cuadro resumen N° 29 de la Variable Independiente: Gestión logística y de la Variable Dependiente: Aprovisionamiento, tenemos el siguiente resultado.

CUADRO N° 29

CÁLCULO DE DISTRIBUCIÓN DE JI CUADRADO χ^2					
Escala Valorativa	(Fo) Gestión logística	(Fa) Aproveccionamiento	Fo-Fa	(Fo-Fa) ²	(Fo-Fa)/Fa
SI	11	11	0	0	0
NO	24	24	0	0	0
TOTAL	35	35	0	0	0

Fuente: Cuadros N° 10 al 13; 15 al 17; 21 al 24 de la aplicación de la encuesta
 Elaboración: Propia del Investigador

Comparación: 0 son inferiores a 0.05021552.

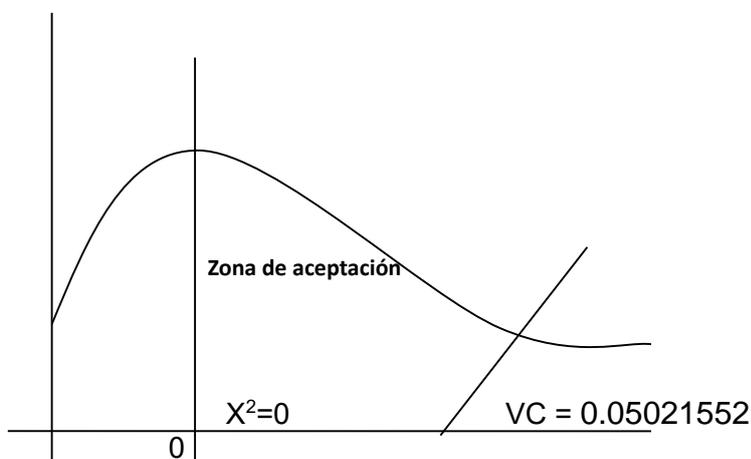
CONCLUSIÓN: Dado que los valores calculados son inferiores al valor crítico de la prueba se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula; entonces, “La gestión logística se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri – 2017; en la campana de GAUS se demuestra que “0” se encuentra dentro de la zona de aceptación ya que es < al valor crítico y al valor de alfa.

Estas afirmaciones quedan respaldadas con las correspondientes pruebas estadísticas χ^2 las cuales han sido examinadas a la probabilidad alfa = 0,05.

GRÁFICO N° 26

DISTRIBUCIÓN EN CAMPANA DE GAUSS

DEMOSTRANDO LA ACEPTACIÓN DE LA HIPOTESIS ALTERNA Y EL RECHAZO DE LA HIPÓTESIS NULA



Fuente: Cuadro N° 29
 Elaboración: Propia del Investigador

B. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS ESPECÍFICA – DESCRIPTIVA

HE1. El sistema de almacenamiento se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri-2017.

GRÁFICO N° 1



GRÁFICO N° 17

VS



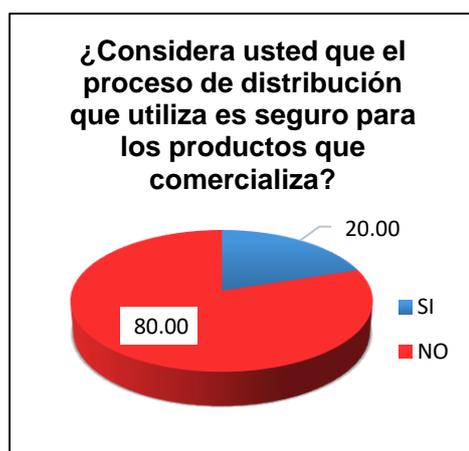
Fuente: Cuadro N° 1 y 17
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Se observa en el gráfico N° 1 que las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri de que Sí cuentan con instalaciones para almacenar los productos que expide siendo esto un 71.43% de los encuestados y así mismo en el gráfico N° 17 observamos que el 60% de los encuestados manifestaron que Sí consideran la disponibilidad de los productos para realizar la compra; esto indica que hay mucha significancia ya que como investigador se ha considerado el valor aceptable de relación de $50\% + 1$, por lo tanto se acepta la hipótesis específica N°1.

HE2. El proceso de distribución se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri-2017.

GRÁFICO N° 3



Fuente: Cuadro N° 3 y 15
Elaboración: Propia del Investigador

GRÁFICO N° 15



VS

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

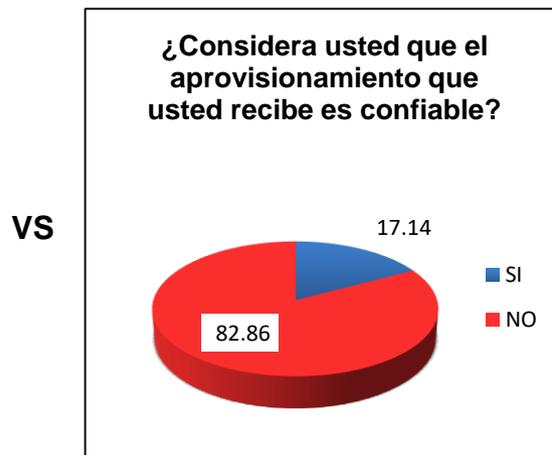
Se observa en el gráfico N° 3 que el 80% de los encuestados consideran que el proceso de distribución utilizada para los productos que comercializa No es seguro y de la misma forma EL 68.57% de los encuestados indicaron que No utilizan el pronóstico de venta para realizar la compra de los productos. En ese sentido, hay un alto valor de significancia por lo que se acepta la hipótesis alterna ya que observando los gráficos podemos notar que hay una relación entre uno y otra variable, es decir, que la distribución que utilizado no es seguro por varios factores, entre ellos se encuentra las vías de acceso, la distancia, el medio de transporte, todo esto hace que los titulares de los negocios no consideran de mayor importancia realizar los pronósticos de venta y al a vez desconocen la importancia de ello.

HE3. El control de inventarios se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri-2017.

GRÁFICO N° 8



GRÁFICO N° 19



VS

Fuente: Cuadro N° 8 y 19
Elaboración: Propia del Investigador

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN:

Se observa en el gráfico N° 8 que el 100% de los encuestados No utilizan kárdex para el control de sus inventarios que expide para la venta, y así mismo en el gráfico N° 19 se observa que el 82.9% de los encuestados manifestaron que el aprovisionamiento que reciben No es confiable. En ese sentido, se nota la relación que tienen las ambas variables, por lo tanto, se acepta la hipótesis específica N° 3 por lo que tienen un alto nivel de significancia debido a que supera el 50% + 1 de valor propuesto por el investigador ya que es una contrastación descriptiva.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

5.1. Sobre la variable independiente; Gestión logística.

- **En la tesis:** “La logística y su incidencia en las ventas de la empresa Provo industrias de la ciudad de Ambato en el año 2010” del autor: Gabriela V. Melo Larrea de la Universidad Técnica de Ambato. Concluye, la empresa Provo Industrias no cuenta con transporte propio lo cual causa retrasos y malestar a los clientes, así mismo el departamento de producción no planifica de forma adecuada la elaboración y entrega de pedidos por tal razón los productos no se entregan a tiempo y en su totalidad.
- **López (2010).** La gestión logística, desde el punto de vista gerencial es una estrategia necesaria para manejar de forma integral la cadena de suministros, de tal forma que logre el balance óptimo entre las necesidades del cliente y los recursos disponibles de la empresa y su desempeño debe ser medido a través del servicio al cliente final.
- **De los resultados:** según el gráfico N° 3 sobre el proceso de distribución que utiliza para los productos que comercializa. El 80% de los encuestados consideran que el proceso de distribución utilizada para los productos que comercializan no es seguro, y lo siguientes 20% indicaron que sí es seguro.
- **Opinión del tesista:** Como se puede observar el autor de la tesis consultada resalta que al no contar con el transporte propio genera retrasos y causa malestar a los clientes finales. No obstante, la teoría considera que la gestión logística es necesaria para manejar de una forma integral la cadena de suministro. En ese sentido, las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri están bastante descuidados por lo que no están tomando en consideración la importancia del uso de esta estrategia que es la gestión logística, ya que es un medio para

satisfacer determinadas necesidades de consumo de los clientes; como se lo muestra el resultado del gráfico N° 3 donde el 80% de los encuestados consideran que el proceso de distribución utilizada para los productos que comercializa no es seguro, esto nos indica que hay mucha falencia ya que es otro factor que determina el mala gestión logística que se lleva a cabo en las comercializadoras de abarrotes que es materia de estudio.

Por otra parte, es imperiosa la necesidad de resaltar que la gestión logística es imprescindible para todo tipo de empresas o negocios en general, ya que nos ayuda a resolver los problemas de almacenamiento, distribución y control de inventarios de los productos, siendo esto de muy difícil manejo dentro de los negocios.

5.2. Sobre la variable dependiente; Aprovisionamiento.

- **En la tesis:** “Propuesta de un modelo de gestión logística de abastecimiento internacional en las empresas grandes e importadoras de materia prima. Caso Manizales”, del autor: Cristian Giovanni Gómez M.; de la Universidad Nacional de Colombia, año 2006. Concluye, “...no se tienen estructurados las formas de gestión de este tipo de abastecimiento, ya que por un lado se encuentran separados las funciones de compras, producción, ventas, comercio exterior y por el otro, aunque la importancia estratégica de dicho subsistema es reconocida por todo los encuestados, no se tiene modelo de gestión explícitos y se trabaja según el sistema necesario del momento”.
- **Gómez (2013).** Considera que el proceso de aprovisionamiento es un conjunto de operaciones que pone a disposición de la empresa, en las mejores condiciones posibles de cantidad, calidad, precio y tiempo, todos los materiales y productos del exterior necesarios para el funcionamiento de la misma y de su almacenamiento. Por lo tanto, al dar una definición personalizada de aprovisionamiento en términos de la administración de

empresas, se puede afirmar que aprovisionar supone el proceso de localización y selección de proveedores, adquisición de productos, luego de negociaciones sobre el precio y condiciones de pago; y, en términos de mercadotecnia, comprar es adquirir por un precio en dinero algún bien, derecho o mercancía.

- **De los resultados**, según el gráfico N° 10 sobre la forma de contactarse con los proveedores, el 100% de los encuestados indicaron que no los utilizan la herramienta de búsqueda en línea; por otra parte, según el gráfico N° 15 referente al uso de pronósticos de venta, el 68.57% de los encuestados mencionaron que no consideran los pronósticos de venta para adquirir sus productos.
- **Opinión del tesista:** como se puede observar la tesis de referencia indica que, no se tienen estructurados las formas de gestión de ese tipo de abastecimiento, ya que se encuentran divididos las funciones de las áreas de compras por un lado, de producción por otro, etc. Por otra parte, la teoría considera que el proceso de aprovisionamiento es un conjunto de operaciones que pone a disposición de la empresa en las mejores condiciones posibles de cantidad, calidad, precio y tiempo de todos los materiales y productos necesarios para el desarrollo de las actividades de la empresa. No obstante, también en el resultado obtenido se observa según el gráfico N° 10, que el 100% de los encuestados manifestaron que no utilizan ninguna herramienta tecnológica para contactarse con los proveedores, de la misma forma en el gráfico N° 15 se muestra que el 68.57% mencionaron que no consideran los pronósticos de venta comprar los productos. En ese sentido, las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri, consideran mediamente bajo la importancia de poder contactarse con los proveedores, pues como sabemos contactarse con proveedores es buscar mayores oportunidades y de la misma forma de negociar con ellos, ya que los proveedores no viajan o no los vistan a sus respectivos negocios. Por lo tanto, los

comerciantes tienen que viajar a la ciudad de Huánuco para adquirir o comprar los productos de los mayoristas que se encuentran alrededor o cerca del terminal, habiendo mayor cantidad de mayoristas con la que se puede negociar y no solo con ellos, sino también hay distribuidores exclusivos que le pudieran atender. Debido a este problema hay desabastecimiento de productos y un precio elevado de los mismos en la zona de estudio.

CONCLUSIONES

1. Se ha determinado que la gestión logística se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri - 2017, dado que los valores calculados son inferiores al valor crítico de la prueba, por lo tanto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula; en ese sentido, se demuestra que el valor obtenido como resultado es "0" y esto se encuentra dentro de la zona de aceptación ya que es $<$ al valor crítico y al valor de alfa. Estas afirmaciones quedan respaldadas con las correspondientes pruebas estadísticas X^2 las cuales han sido examinadas a la probabilidad alfa = 0,05. Se concluye diciendo que, las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri no manejan de manera adecuada la gestión logística ni el aprovisionamiento pues como sabemos esta es una estrategia necesaria para conducir de forma integral la cadena de suministros y a la vez es muy importante para el desarrollo de los negocios ya que lleva a la organización hacia las metas establecidas.
2. Se ha determinado que el sistema de almacenamiento se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri, teniendo como resultado según el gráfico N° 1 que las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri de que Sí cuentan con instalaciones para almacenar los productos que expide siendo esto un 71.43% de los encuestados y así mismo en el gráfico N° 17 observamos que el 60% de los encuestados manifestaron que Sí consideran la disponibilidad de los productos para realizar la compra; esto indica que hay mucha significancia ya que como investigador se ha considerado el valor aceptable de relación de 50% + 1, por lo tanto, se acepta la hipótesis. Por lo que se concluye que las empresas si cuentan con el espacio de almacenamiento y resaltan la importancia de disponer los productos para sus clientes, sin embargo, esto lo manejan de

forma tradicional o empírica sin alcances técnicos de la forma correcta de cómo hacerlo.

3. Se ha determinado que el proceso de distribución se relaciona con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri, en la que el resultado obtenido se nota mediante el gráfico N° 3 que el 80% de los encuestados consideran que el proceso de distribución utilizada para los productos que comercializa No es seguro y de la misma forma EL 68.57% de los encuestados indicaron que No utilizan el pronóstico de venta para realizar la compra de los productos por lo que se acepta la hipótesis planteada. En ese sentido, se concluye, que el proceso de distribución utilizada por las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri, no es seguro por varios factores, entre ellos se encuentra las vías de acceso, la distancia, el medio de transporte, todo esto hace que los titulares de los negocios no consideran de mayor importancia realizar los pronósticos de venta y al a vez desconocen la importancia de ello.
4. Se ha determinado que el control de inventarios se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri, por lo que se concluye analizando mediante el gráfico N° 8 que el 100% de los encuestados no utilizan kárdex para el control de sus inventarios que expide para la venta, y así mismo en el gráfico N° 19 se observa que el 82.9% de los encuestados manifestaron que el aprovisionamiento que reciben no es confiable, esto indica que se acepta la hipótesis planteada porque hay una relación entre ambas variables. En ese sentido se concluye diciendo que, las comercializadoras del distrito de San Miguel de Cauri no están dando uso de las herramientas que existe para tener control de los inventarios, es más, ni siquiera la mayoría hacen uso de control físico, ni al menos realizan control empírico, viendo todo esto nos hace ver que no tienen interés por mejorar en este aspecto.

RECOMENDACIONES

1. A los titulares de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri se recomienda la correcta administración de esta área ya que tiene efectos directos en los costos e ingresos, por lo que se debe de implementar en sus negocios la estrategia de gestión logística y el aprovisionamiento, para lo cual se necesita una buena planificación del negocio, esto basado en capacitaciones y charlas. Hoy en día con este avance tecnológico que se tiene a la mano, las capacitaciones aún son gratuitas por medio de canales youtube, solo se incurre en costo de internet y se necesita decisión de querer aprender y tener una visión empresarial.
2. Se recomienda a los dueños de las comercializadoras de abarrotes que establezcan en sus negocios las herramientas del sistema de almacenamiento, usar prácticas de codificación para identificar mejor los productos, usar prácticas de clasificación según su importancia y rotación, para ello, deben de ser capacitados teniendo en cuenta el nivel de educación y/o instrucción que tienen los dueños de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri. Para lo cual la municipalidad debe de realizar convenio con la Cámara de Comercio e Industrias de Huánuco y estos puedan capacitarlos en temas tales como, por ejemplo, el uso de las 5S, ya que esto es una herramienta de la gestión logística que es muy sencillo de implementar.
3. Se recomienda a la Municipalidad Distrital de San Miguel de Cauri, que incentivan a los comerciantes a formar asociaciones, deben de agruparse con el fin de obtener mayores beneficios, tal es caso que pueden comprar productos en economía en escala (comprar mayor cantidad de productos a menor cantidad posible), pueden negociarse con los proveedores, tomando en cuenta también que los titulares de negocio deben de ser conscientes de que necesitan ser capacitados respecto al tema de la elaboración de pronósticos de venta y entre otros. Esto se logrará siempre en cuando, que

los dueños del negocio lleguen a tener acuerdos bien concretos para el bien común, por lo que el proceso de distribución mejorará ya que es muy distinto llevar mayor cantidad de productos que llevar poco. Por otra parte, también los gobiernos locales deben de trabajar con los gobiernos de distintos niveles de gobierno para mejorar las vías de acceso.

4. Se recomienda a todo los dueños o propietarios de estos negocios que, deben de establecer como estrategia el control y verificación de una forma periódica de los productos que ingresa y sale (stock de inventario), para lo cual se debe implementar y archivar los documentos necesarios relacionados al negocio tales como: orden de compra, nota de recepción, nota de devolución a los proveedores, boletas de venta, tarjeta Kárdex (físico o virtual), etc. Para realizar todo esto los titulares de negocio tienen que tener conocimiento, deben ser capacitados, para lo cual la autoridad local tiene que trabajar en esto mediante convenios con distintas instancias.
5. Se recomienda a la Municipalidad Distrital de San Miguel de cauri, que debe fomentar programas de capacitación referente al uso de la estrategia de gestión logística, a la vez se encomienda establecer un proceso de capacitación con charlas informativas y básicas sobre sistemas de almacenamiento, procesos de distribución, control de inventarios, formalización de microempresas ya que hay tanta informalidad, hacer conocer los beneficios, la importancia de cada uno de los mismos. Para ello, la autoridad local tiene que trabajar bastante en esos aspectos, haciendo convenios e invitando a los entes correspondientes como por ejemplo a la SUNAT para temas de tributación, al ministerio PRODUCE para formalización, con los egresados de la universidad, también la misma municipalidad puede realizar campañas de motivación, de sensibilización, etc.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ballou, R. (2004). *Logística: Gestión de la Cadena de Suministro*. **5ta. Edición. México.**
- Barrera, J. H. (2010). *Metodología de la Investigación. Guía para la comprensión holística de la ciencia*. **Bogotá, Caracas: Quirón Ediciones.**
- Boherquez, E. & Puello, R. (2013). *Diseño de un modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia organizacional de la empresa Coralinas & Pisos S.A. Corpisos S.A. en el municipio de Turbaco, Bolívar: Universidad de Cartagena, Facultad de ciencias Económicas y Administrativas. Tesis de Licenciatura Administración de Empresas.*
- Briones, F & Coello, J. (2015). *Estudio del proceso de los problemas de la logística e incidencia en la distribución y entrega de productos de la empresa Avipriloor S.A., del Cantón Guayaquil, provincia del Guayas y propuesta de un plan de mejoras. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Tesis de Ingeniera Comercial.*
- Campos, A. (2016). *La administración logística y la rentabilidad en la empresa Mega Inversiones S.R.L. Huánuco 2015. Universidad de Huánuco.* Tesis
- Carrasco, S. (2013). *Metodología de la investigación científica*. **Lima: San Marcos E.I.R.L.**
- Correa, B. & Luna, A. (2011). *Logística integral: la voz del cliente es el primer eslabón. Revista Científica Ingeniería y Desarrollo, 106.*
- Fraser Johnson, P., Leenders, M., & Flynn, A. (2014). *Administración de compras y abastecimientos*. **México: McGraw-Hill.**
- Flores, C. (2014). *La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el*

sector minero en Lima Metropolitana: USMP, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras. Tesis de Contador Público.

- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill
- Gómez, C. (2006). *Propuesta de un modelo de gestión logística de abastecimiento internacional en las empresas grandes e importadoras de materia prima. Caso Manizales. UNIVERSIDAD NACIONAL DE COLOMBIA, Facultad de Ciencias y Administración. Tesis de Grado de Magister en Administración.*
- Gómez, J. (2013). *Gestión logística y comercial. Madrid, España: McGraw-Hill*
- Krajewski L, Ritzman L, y Malhotra. (2008). *Administración de Operaciones. Editorial Pearson. Prentice Hall. 8va Edición.*
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados. México: Pearson.*
- Mina, R. & Toledo, E. (Marzo, 2015). *Análisis de costos ocultos del área de logística para determinar su incidencia en la empresa Casa de Ruliman del Ecuador S. A. CARRULESA. Universidad Politécnica Salesiana, Carrera de Contabilidad y Auditoría. Tesis de Ingeniero en Contabilidad y Auditoría.*
- Mora García, L. A. (2010). *Gestión Logística Integral. Bogotá: Ecoe Ediciones.*
- Palacios, D. (2003). *Diseño de un sistema logístico para una pequeña empresa comercializadora de ferretería: PUCP, Facultad de Ciencias e Ingeniería. Tesis de Ingeniero Industrial.*
- Rincón, O. (2014). *Gestión logística en las empresas de pastas alimenticias: Universidad del Zulia, Facultad de Ciencias Económicas y*

Sociales. Tesis de Grado de Magíster Scientiarum en Gerencia de Empresas.

- Toalombo, A. (2012). *El control de inventario y su incidencia en el stock de materia prima de la empresa Plásticaucho en la ciudad de Ambato: Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Administrativas. Tesis de Ingeniero de Empresas.*
- Santa Biblia, Reyna Valera (versión 1960)
- Schroeder, Roger. (2006). *Administración de Operaciones. Conceptos y Casos Contemporáneos. Segunda Edición. McGraw-Hill. México.*
- Zuluaga, T. (2012). *Tendencias y perspectivas logísticas de las Pymes del Norte del Valle de la Abura. Universidad de San Buenaventura Seccional Medellín. Tesis*

FUENTES ELECTRÓNICAS

- Benaque, J. (2006). *Administración de compras. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/administracion-de-compras/>*
- Cevallos Guillermo (2013). *Tecnología y competitividad. Recuperado de <http://www.logisticamx.enfasis.com/articulos/68034-tecnologia-y-competitividad>.*
- Charles, H. & George, F. (2007). *Contabilidad de costos. Un enfoque gerencial. Mexico Pearson. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?isbn=9702607612>*
- Da Costa, M. (2011). *Investigaciones. Recursos Tecnológicos. Recuperado de <http://mildreddacosta.blogspot.pe/2011/11/recursos-tecnologicos.html>*

- Ferrín, A. (2007). *Gestión de stocks en la logística de almacenes*, FC Editorial. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/que-es-inventario-tipos-utilidad-contabilizacion-y-valuacion/>
- “Gestión” (s/f.). *En Significados.com*. Disponible en:<http://www.significados.com/gestion/>
- GestioPolis.com Experto. (2002) *¿Qué es inventario? Tipos, utilidad, contabilización y valuación*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/que-es-inventario-tipos-utilidad-contabilizacion-y-valuacion/>
- González, N. (2015). *Actividades básicas de la logística*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/actividades-basicas-de-la-logistica/>
- Iglesias, A. (2014). *Los recursos humanos, factor básico de una buena gestión logística*. Recuperado <https://logispyme.wordpress.com/os-recursos-humanos-factor-basico-de-una-buena-gestion-logistica/>
- López, C. (2001). *Gestión logística para la competitividad empresarial*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/gestion-logistica-competitividad-empresarial/>
- Martínez, R. (2001). *El inventario*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/el-inventario/>
- Muñoz Valenzuela Mijail. (2010). *Consejos prácticos para facilitar la negociación con proveedores*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/consejos-practicos-para-facilitar-la-negociacion-con-proveedores/>
- Pérez Rojas Aleyda. (2009). *Gestión y evaluación de proveedores*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/gestion-y-evaluacion-de-proveedores/>

- Perdomo, A. (2004). *Fundamentos de control interno*, Cengage Learning Editores. **Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/que-es-inventario-tipos-utilidad-contabilizacion-y-valuacion/>**
- Educaconta. (2015). Control de inventarios. Obtenido de **<http://www.educaconta.com/2011/01/control-de-inventarios.html>**
- Empresayeconomia. (2013). *La importancia del servicio de entrega*. Obtenido de **<http://empresayeconomia.republica.com/newsletter/la-importancia-del-servicio-de-entrega.html>**
- Gerencie.com. (2010). *La importancia de ser puntual en la entrega del producto o servicio*. Obtenido de **<https://www.gerencie.com/la-importancia-de-ser-puntual-en-la-entrega-del-producto-o-servicio.html>**
- Muller, M. (2005). *Fundamentos de administración de inventarios*, Editorial Norma. **Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/que-es-inventario-tipos-utilidad-contabilizacion-y-valuacion/>**
- Navarro, E. (2004). *Problemas y soluciones en la gestión logística y de almacenes en PyMEs*. **Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/problemas-soluciones-gestion-logistica-almacenes-pymes/>**
- Rojas, H. D. (2010). *Importancia de Tecnología en las empresas*. **Recuperado de <http://www.eumed.net/ce/2010a/hdgr.htm>**
- Roberto, S. G. (2013). *El Kárdex como herramienta contable*. **Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/kardex-como-herramienta-contable>**
- Sunat. (2016). *Características de la micro y pequeñas empresas*. Obtenido de **<http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>**

- Supo, J (2015). *Tipos de investigación*. Disponible en: <http://seminariosdeinvestigacion.com/tipos-de-investigacion/>
- Terra networks Colombia. (2013). *Tecnología, factor de competitividad en el sector logístico*. **Recuperado de** <http://noticias.terra.com.co/tecnologia-factor-de-competitividad-en-el-sector-logistico>.
- Tesler, J. (2010). *La Tecnología como soporte a la actividad Logística*. **Obtenido de** <http://www.logisticamx.enfasis.com/notas/15627-la-tecnologia-como-soporte-la-actividad-logistica>
- Vasco, L. (2016). *Logística de Aprovisionamiento*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/logistica-de-aprovisionamiento/>
- Walther, W. U. (2012). *La importancia*. **Obtenido de** <http://www.emb.cl/negociosglobales/articulo.mvc?xid=259>
- Wordpress.com. (2013). *Tipos de recursos tecnológicos*. **Recuperado de** <https://losrecursostecnologicos.wordpress.com/acerca-de/>

ANEXOS

ANEXO 1

6.1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Título: La gestión logística y el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes, del distrito san miguel de cauri-2017.

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE INDEPENDIENTE	DIMENSIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Cómo se relaciona la gestión logística con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Determinar cómo se relaciona la gestión logística con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017. 	<ul style="list-style-type: none"> ● La gestión logística se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri-2017. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Gestión Logística. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Sistema de almacenamiento. ● Proceso de distribución. ● Control de inventario. 	<p style="text-align: center;">POBLACIÓN</p> <p>Compuesto por todas las micro empresas comerciales las mismas que comprende 35 que tienen su domicilio fiscal en San Miguel de Cauri.</p> <p style="text-align: center;">MUESTRA</p> <p style="text-align: center;">N = n</p>
PROBLEMA ESPECÍFICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	HIPÓTESIS ESPECÍFICA	VARIABLE DEPENDIENTE	DIMENSIÓN	
<ul style="list-style-type: none"> ● ¿Cómo se relaciona el sistema de almacenamiento con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017? ● ¿Cómo se relaciona el proceso de distribución con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017? ● ¿Cómo se relaciona el control de inventarios con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017? 	<ul style="list-style-type: none"> ● Determinar cómo se relaciona el sistema de almacenamiento con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017. ● Determinar cómo se relaciona el proceso de distribución con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017. ● Determinar cómo se relaciona el control de inventarios con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del Distrito de San Miguel de Cauri-2017. 	<ul style="list-style-type: none"> ● El sistema de almacenamiento se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri-2017. ● El proceso de distribución se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri-2017. ● El control de inventarios se relaciona significativamente con el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes del distrito de San Miguel de Cauri-2017. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Aprovisionamiento. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Proveedores. ● Cantidad. ● Calidad ● Precio. ● Tiempo 	

ANEXO 2

CUESTIONARIO

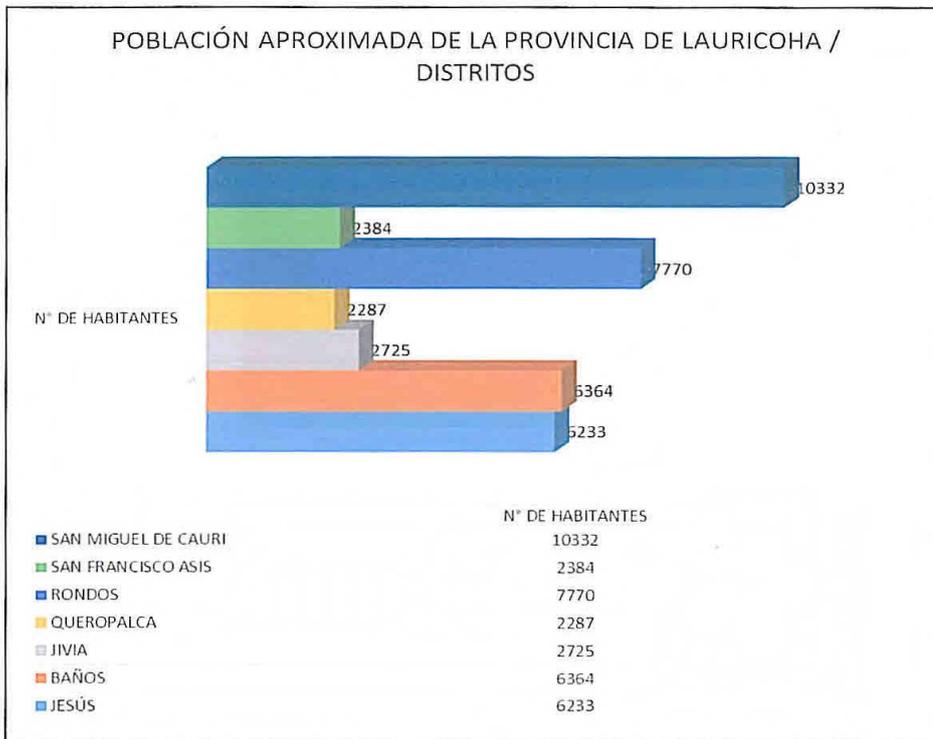
N°

Dirigido: Titulares de las micro empresas comercializadoras de abarrotes.

Se pide leer con paciencia y responder con la verdad, este cuestionario es para fines de diagnóstico básico para la Investigación intitulada: "LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y EL APROVISIONAMIENTO DE LAS COMERCIALIZADORAS DE ABARROTES, DEL DISTRITO SAN MIGUEL DE CAURI-2017"

I.	GESTIÓN LOGÍSTICA	SI	NO
	SISTEMA DE ALMACENAMIENTO		
1	¿Cuenta usted con instalaciones para almacenar los productos que expide?		
2	¿Cuenta usted con equipos (anaqueles, mostradores, vitrinas, etc) de almacenamiento?		
	PROCESO DE DISTRIBUCIÓN		
3	¿Considera usted que el proceso de distribución que utiliza es seguro para los productos que comercializa?		
4	¿Considera usted que los productos solicitados son entregados a tiempo?		
5	¿Considera usted que el proceso de distribución recibido es eficiente?		
6	¿De los medios de transporte utilizados para trasladar su mercadería mayormente utiliza automoviles?		
7	¿De los medios de transporte utilizados para trasladar su mercadería mayormente utiliza camión?		
	CONTROL DE INVENTARIOS		
8	¿Utiliza usted el método de Kardex (físico o virtual) en su negocio?		
9	¿Realiza usted algún tipo de control físico para su mercadería?		
II.	APROVISIONAMIENTO		
	PROVEEDOR	SI	NO
10	¿Utiliza usted la búsqueda en línea para contactar proveedores?		
11	¿Utiliza usted catálogos electrónicos para contactar proveedores?		
12	¿Utiliza usted periódicos comerciales para contactar proveedores?		
13	¿Utiliza usted contactos profesionales para contactar proveedores?		
14	¿El proceso de selección que utiliza para escoger a sus proveedores es bueno?		
	CANTIDAD		
15	¿Para realizar la compra de las mercaderías utiliza usted pronósticos de venta?		
16	¿Para realizar la compra de las mercaderías considera usted los costos?		
17	¿Para realizar la compra de las mercaderías considera usted la disponibilidad de los productos?		
	CALIDAD		
18	¿Considera usted que los productos que compra cumplan con las características y especificaciones detalladas?		
19	¿Considera usted que el aprovisionamiento que usted recibe es confiable?		
20	¿Considera usted al momento de comprar la durabilidad de los productos?		
	PRECIO		
21	¿Usted cotiza los precios de mercado antes de realizar su abastecimiento?		
22	¿Adquiere usted productos en ofertas?		
23	¿Adquiere usted productos en promociones?		
24	¿Considera usted que los descuentos al comprar por mayor son necesarios?		
	TIEMPO		
25	¿Considera usted que su aprovisionamiento es puntual en su negocio?		

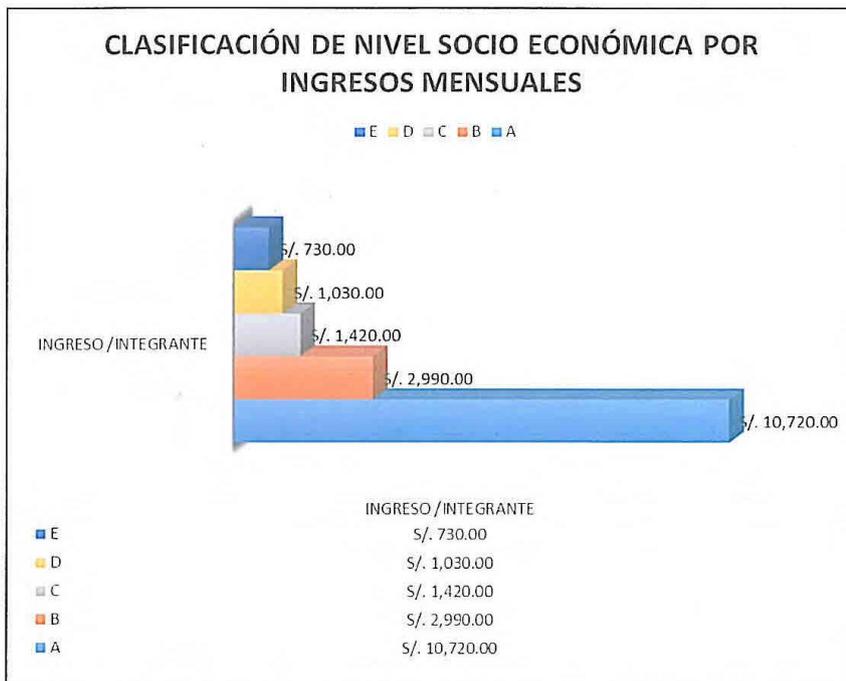
ANEXO 3 A



Fuente: INEI.

Elaboración: Propia del investigador

ANEXO 3 B



Fuente: INEI, corroborado con diario en Comercio.
Elaboración: Propia del investigador

ANEXO 3 C

PERÚ: INGRESO REAL PROMEDIO PER-CÁPITA SEGÚN ÁMBITO GEOGRÁFICO, QUINTILES Y DEPARTAMENTOS, 2007-2011

(Nuevos soles constantes 2011- Precios de Lima Metropolitana)

Características	2007	2008	2009	2010	2011
Área de residencia					
Nacional	627.3	642.4	677.2	702.6	721.2
Urbana	772.7	779.6	814.5	836.3	850.3
Lima Metropolitana	887.7	889.9	932.2	933.1	943.0
Resto Urbano	688.9	699.6	729.8	766.6	784.2
Rural	253.4	279.9	303.2	327.4	349.8
Quintiles					
Q1	117.1	127.3	140.3	156.5	163.3
Q2	251.0	274.9	294.1	322.5	336.5
Q3	408.1	443.6	465.8	495.4	524.4
Q4	649.2	689.1	723.8	757.4	782.5
Q5	1,711.2	1,677.8	1,761.9	1,782.0	1,799.9
Departamento					
Amazonas	405.1	410.5	479.3	519.4	505.3
Ancash	541.3	545.9	577.4	673.7	667.0
Apurímac	283.8	307.8	310.7	383.4	382.9
Arequipa	798.6	866.8	874.5	915.9	940.1
Ayacucho	347.9	377.2	409.9	462.1	472.4
Cajamarca	337.0	388.8	418.5	463.3	491.5
Callao	699.9	730.2	832.0	802.1	764.2
Cusco	466.8	478.1	545.9	541.8	594.1
Huancavelica	237.7	265.1	305.9	361.8	402.0
Huánuco	373.5	419.7	414.3	463.8	497.1
Ica	601.1	628.8	689.4	710.2	738.4
Junín	547.4	622.2	591.0	601.9	687.8
La Libertad	732.8	639.3	705.8	701.9	681.3
Lambayeque	563.9	571.2	582.4	596.1	608.7
Lima	880.3	883.8	916.9	927.9	942.3
Loreto	403.0	425.2	437.5	494.0	509.1
Madre de Dios	702.8	746.5	792.9	856.6	984.8
Moquegua	838.6	880.4	904.6	1,051.7	1,058.2
Pasco	430.6	474.5	543.6	589.1	600.3
Piura	517.4	524.6	599.6	602.2	630.0
Puno	354.1	385.1	416.3	446.0	466.8
San Martín	478.1	525.0	527.9	608.1	645.1
Tacna	741.0	824.1	794.9	855.5	811.0
Tumbes	802.3	652.7	684.6	742.6	799.3
Ucayali	493.9	496.6	540.2	527.5	578.1

Fuente: INEI - ENAHO: 2007-2011

Elaboración: INEI

GALERÍA FOTOGRAFICA

ENCUESTA A LOS TITULARES DE LAS COMERCIALIZADORAS DE ABARROTES DEL DISTRITO DE SAN MIGUEL DE CAURI

FOTOGRAFÍA N° 1



En la imagen podemos notar la encuesta realizada al Sr. Nilo Tacuchi Rosas, titular del “Comercial Tacuchi”, quien de una manera muy amable contestó las preguntas realizadas.

FOTOGRAFÍA N° 2



En la imagen podemos notar la encuesta realizada al Sr. Javier Cornelio Falcón, titular del “Comercial Cornelio”, quien de una manera muy amable contestó las preguntas realizadas.

FOTOGRAFÍA N° 3



En la imagen podemos notar la encuesta realizada al Sra. Doris Polino Toribio, titular del “Mercantil Doris”, quien de una manera muy amable contestó las preguntas realizadas.

APLICACIÓN DE LAS 5Ss

ANTES



DESPUÉS



En la imagen podemos observar la aplicación de la herramienta de 5Ss respecto al sistema de almacenamiento, en el establecimiento de la Sra. Doris Polino Toribio, titular del “Mercantil Doris”: se observa por un lado la leche, el fideo, sal, cuaderno, etc. Lo cual es un desorden completo, mientras que ya después de haber aplicado las 5Ss podemos observar los productos más ordenados y con precios para identificar.

APLICACIÓN DE LAS 5S

ANTES



DESPUÉS



DURANTE



En la imagen podemos observar la aplicación de la herramienta de 5Ss respecto al sistema de almacenamiento, en el establecimiento de la Sra. Doris Polino Toribio, titular del “Mercantil Doris”: se observa por un lado las conservas, los condimentos, las golosinas, lava vajilla, etc. Lo cual es un desorden completo, mientras que ya después de haber aplicado las 5S podemos observar los productos más ordenados y con precios para identificar.