

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL
ADMINISTRACION DE EMPRESAS



TESIS

“GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU INFLUENCIA CON LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS EN LA PANADERÍA SAN CARLOS HUÁNUCO 2016”

Para Optar el Título Profesional de:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

TESISTA
Bach. Sarita Saldaña Otolea

ASESOR
Lic. Giovanni Linares Beraún

HUÁNUCO-PERÚ
2017

UNIVERSIDAD DE HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS

En la ciudad de Huánuco, siendo las 05:00 P.m. del día Miércoles 20 del mes de Diciembre del año 2017, en el Auditorio de la Facultad de Ciencias Empresariales, "San Juan Pablo II" (Aula 202-P5), y en cumplimiento de lo señalado en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad de Huánuco, se reunió el Jurado Calificador, integrado por los docentes: Mg. Simeón Soto Espejo (Presidente); Lic. Diana Huerto Orizano (Secretaria); y el Econ. Vladimir Santiago Espinoza (Miembro); nombrados mediante oficio N° 079-2017-CGyT-FCEMP-UDH, para evaluar la Tesis intitulada: "**GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU INFLUENCIA CON LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS EN LA PANADERÍA SAN CARLOS HUÁNUCO 2016**", presentado por la Bachiller en Administración de Empresas; **SALDAÑA OTOLEA, Sarita** para optar el título Profesional de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**.

Teniendo en consideración el contenido del informe final de la tesis y los conocimientos demostrados por la sustentante, se considera APROBADA Con la nota de: Quince (15.....), correspondiente al calificativo BUENO.....

En consecuencia queda en condición de ser considerada: APTA..... para recibir el Título Profesional de **LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**.



PRESIDENTE
Mg. Simeón Soto Espejo



SECRETARIO
Lic. Diana Huerto Orizano



MIEMBRO
Econ. Vladimir Santiago Espinoza

DEDICATORIA

*A mis Dios nuestro señor por darme Salud, y permitirme estar cerca de los que
más quiero.*

AGRADECIMIENTO

A todos mis familiares por ser constante motivación para concluir la carrera de Administrador de Empresas. Así mismo, quiero agradecer, al personal, gerente de la Panadería Pastelería San Carlos, quienes me permitieron tener acceso a la información, y acercamiento para poder aplicar los instrumentos de investigación.

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Huánuco, por haberme permitido hacer uso de su infraestructura y currículo para concluir la carrera con los estándares que exige el mercado empresarial.

A mi asesor, docentes, y a todos aquellos quienes han sumado a cumplir este fin profesional.

ÍNDICE

1. Problema de Investigación.....	9
1.1. Descripción del Problema	9
1.2. Formulación del Problema	11
1.2.1. Problema General	11
1.2.2. Problemas Específicos	11
1.3. Objetivo General.....	12
1.4. Objetivos Específicos.....	12
1.5. Justificación de la Investigación.....	13
1.6. Limitaciones de la Investigación	14
1.7. Viabilidad de la Investigación	14
2. Marco Teórico	15
2.1. Antecedentes de la Investigación	15
2.2. Bases Teóricas	20
2.3. Definiciones Conceptuales.....	40
2.4. Sistema de Hipótesis	42
2.4.1. Hipótesis General	43
2.4.2. Hipótesis Específicos.....	43
2.5. Sistema de Variables	43
2.5.1. Variable Independiente.....	43
2.5.2. Variable Dependiente	43
2.6. Operacionalización de Variables.....	43
3. Metodología de la Investigación.....	45
3.1. Tipo de Investigación	45
3.1.1. Enfoque.....	45
3.1.2. Alcance o Nivel	46
3.1.3. Diseño	46
3.2. Población y Muestra.....	47
3.2.1. Muestra	47
3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	48
3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información	48
4. Resultados.....	49
4.1. Procesamiento de Datos	49

4.2. Entrevista en materia de Gestión Logística hecha a los trabajadores de la Panadería y Pastelería San Carlos	64
4.3. Contratación de Hipótesis	74
5. Discusión de Resultados.....	78
CONCLUSIONES.....	81
RECOMENDACIONES.....	82
MATRIZ DE CONSISTENCIA	43

RESUMEN

La Investigación desarrollada a la Panadería y pastelería San Carlos de la ciudad de Huánuco, se hizo con la finalidad de establecer la influencia que hay entre la gestión logística, y la calidad del producto a partir de la opinión de los clientes. En este contexto se ha aplicado instrumentos de investigación a trabajadores para determinar las características de la variable independiente, y a los clientes para conocerla percepción respecto a la calidad de los productos.

En este contexto la investigación usa la metodología descriptiva para poder detallar cada una de las características de ambas variables y su influencia entre sí, pudiendo observar que como resultado principal esta que si hay una influencia positiva. El 100% de los trabajadores, han manifestado que la provisión de insumos adecuados para la producción es oportuna, contando con proveedores como bakel que abastecen de insumos para la producción específica de tortas. Así mimos, 94% de clientes sostuvieron que los ingredientes que usa la panadería son adecuados, por lo que la percusión es positiva. Así mismo, los clientes han manifestado que la panadería ofrece lo que prometen, usando sistemas de comercialización cara a cara que le permite tener resultados positiva con los clientes.

Los propietarios, de la panadería han entendido esta importancia, invirtiendo en el negocio dinero para el acondicionamiento y ubicación de los insumos para la semana, así mismo, han entendido que confiar en sus trabajadores puede permitir una mejor rentabilidad en la empresa. De esta forma los resultados que se presentan en la tesis, sirven como línea de base para entender la relación entre variables administrativas.

ABSTRACT

The research developed at the bakery and bakery San Carlos in the city of Huánuco was done with the purpose of establishing the influence that exists between the logistics management and the quality of the product based on the opinion of the customers. In this context, research instruments have been applied to workers to determine the characteristics of the independent variable, and to the clients to know the perception regarding the quality of the products.

In this context the research uses the descriptive methodology to be able to detail each of the characteristics of both variables and their influence with each other, being able to observe that as a main result this is that if there is a positive influence. 100% of the workers have stated that the provision of adequate inputs for production is timely, with suppliers such as bakel who supply inputs for the specific production of cakes. Thus, 94% of customers said that the ingredients used by the bakery are adequate, so the percussion is positive.

Likewise, customers have stated that the bakery offers what they promise, using face-to-face marketing systems that allows it to have positive results with customers. The owners of the bakery have understood this importance, investing in the business money for the conditioning and location of the inputs for the week, as well, have understood that trusting their workers can allow a better profitability in the company. In this way the results presented in the thesis, serve as a baseline to understand the relationship between administrative variables.

INTRODUCCION

El presente trabajo fue elaborado tomando en cuenta los lineamientos del Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad de Huánuco, el mismo que nos ha permitido integrar una estructura adecuada para poder investigar dos variables de la ciencia administrativa que guardan relación entre sí (gestión Logística, y calidad).

La finalidad de la investigación fue analizar la relación entre ambas variables en el contexto de la existencia de la Panadería Pastelería San Carlos de la Ciudad de Huánuco, una empresa huanuqueña que viene invirtiendo en mejorar las características de sus productos.

Los instrumentos fueron aplicados a los trabajadores, y clientes de la Panadería, cuyos resultados fueron sometidos a discusión con la teoría, así mismo, se pudo determinar la relación entre ambas variables precisando que la gestión logística es fundamental para la producción con elementos de calidad. Los clientes han manifestado su satisfacción con los productos de la panadería, así mismo, los trabajadores de la empresa han detallado que el sistema logístico es esencial para lograr estos resultados.

En el trabajo podrá encontrar estos análisis en la sección de resultados, que fueron inferidos con una metodología descriptiva, es este diseño, que nos ha guiado para poder presentarlo adecuadamente. La teoría, establecida garantiza la existencia técnica de ambas variables, para poder hacer una investigación aplicada.

La responsabilidad de su contenido es propia del investigador, quien ha desarrollado todos los instrumentos en función a lo establecido en el proyecto.

CAPÍTULO I

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1. Problema de Investigación

1.1. Descripción del Problema

La logística es fundamental para el desarrollo de los productos y servicios de las empresas. Los objetivos que persigue son la calidad optimizando los presupuestos, orientado la provisión de la producción para tener productos de calidad, y aumentar el número de clientes (SANTOS, 2009).

Las etapas de la gestión logística están dividida en logística de entrada, de proceso y de salida. Siendo este tema fundamental es necesario precisar que las empresas de Huánuco no están exentas de implementar estos procesos logísticos. La Panadería Pastelería San Carlos de la Ciudad de Huánuco de propiedad de la familia Sanchez Amiquero, cuenta hoy con 33 trabajadores (AMIQUERO, 2015), los mismos que dedican su tiempo a la producción de panes, tortas, y otros productos en base a harinas.

- **La Panadería y su logística para búsqueda de productos de calidad**

La orientación política que dio la actual administración de la panadería es garantizar que estos productos sean producidos con estándares de calidad que sean percibidos por los clientes en el proceso de comercialización. A partir de este objetivo se ha implementado el área logística en el que se determine las necesidades de producción a través de procesos. Las competencias

del área están en sus tres dimensiones, logística de entrada (adquisición de insumos), logística de procesos (producción), logística de salida (producto), los mismos que deben sumar a los fines empresariales.

- **Influencia que espera la Panadería de su área logística**

Considerando la demanda de los consumidores respecto a los productos de la panadería, es el área logística quien debe garantizar esta exigencia. La preocupación de la gerencia parte que esta área debe cumplir con ello a partir de prácticas técnico profesionales que optimicen el uso de los recursos y/o insumos para los fines de calidad en la producción de la variedad de productos con los que cuenta la panadería. Sin embargo, esto no termina de ser solo una finalidad en el momento, dado que no se conoce exactamente el nivel de influencia que existe entre estas variables administrativas (logística con la calidad de los productos), pues es un área nueva, y hay una exigencia constante de la demanda de adquirir productos de calidad. Se ha contratado personal para ello, cuya responsabilidad es llevar todo el proceso logístico para la obtención de resultados orientados a la calidad del producto los mismos que deben ser descritos para conocer como esta área está influyendo en los procesos de calidad de la empresa.

La investigación busca establecer la influencia que existe entre la gestión logística y la calidad de los productos en opinión de los clientes y apreciación de los trabajadores de la panadería. Este es el motivo fundamental de la tesis.

Respecto a la gestión logística en la Panadería se ha identificado la logística de entrada en el que se define el requerimiento de insumos, aprovisionamiento en general, la logística de proceso, el mismo que desarrolla los estándares para la combinación de insumos para la producción de tortas, pasteles, empanadas y otros, y la logística de salida, que garantiza que los productos estén de acuerdo a la demanda que los clientes tienen, tres momentos que permiten la provisión de insumos para la producción. La calidad del producto se va evaluar en función a las dimensiones percibidas por los clientes siendo estos la fiabilidad (confianza que los productos brindan a los clientes), la durabilidad (tiempo que permite un consumo adecuado), y las características externas (aquel que desarrolla formas en algunos productos como las tortas, pasteles en general).

1.2. Formulación del Problema

1.2.1. Problema General

¿De qué manera la gestión logística influye en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016?

1.2.2. Problemas Específicos

- ¿De qué manera la logística de entrada influye en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016?

- ¿De qué manera la logística de procesos influye en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016?
- ¿De qué manera la logística de salida influye en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016?

1.3. Objetivo General

- Determinar de qué manera la gestión logística influye en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016.

1.4. Objetivos Específicos

- Determinar de qué manera la logística de entrada influye en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016
- Determinar de qué manera la logística de procesos influye en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016
- Determinar de qué manera la logística de salida influye en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016

1.5. Justificación de la Investigación

- **Practica**

La descripción de la logística y cómo estos influyen en la calidad del producto determinara conocer elementos particulares de esta influencia, los mismos que servirán a la empresa para la toma de decisiones en torno de mejorarla o quitarla, así mismo, sumará a la teoría respecto a esta relación.

- **Teórica**

La investigación se enmarca en el estudio de dos variables que cuentan con teorías que sustentan su comportamiento, permitiendo que los resultados sirvan para discutir estas teorías validándolas o refutándolas.

- **Metodológica**

La investigación es diseñada para el uso de las herramientas de la investigación científica a nivel de metodología, herramientas e instrumentos de investigación. Las variables son fundamentadas en el marco teórico con autores relevantes de la ciencia.

- **Relevancia**

La investigación es relevante porque se enmarca en las líneas de investigación de la Escuela Profesional, así mismo, los conocimientos que se generen servirán como base referencial para el estudio de la misma relación en empresas de otros sectores productivos, como comerciales de la ciudad de Huánuco, o de regiones con características similares.

1.6. Limitaciones de la Investigación

El tiempo con el que cuenta los trabajadores puede impedir cumplir con el cronograma propuesto. Dado que ellos están en etapa de producción y atención al cliente.

1.7. Viabilidad de la Investigación

La investigación es viable por: Se cuenta con los recursos para su financiamiento, cuenta con la disponibilidad de la empresa para su desarrollo y aplicación de instrumentos e investigación, con las herramientas metodológicas necesarias, con el apoyo y asesoría de los especialistas de la Universidad de Huánuco.

CAPITULO II MARCO TEORICO

2. Marco Teórico

2.1. Antecedentes de la Investigación

I) Internacionales

A) (QUINTERO, 2011) **en la tesis intitulada Plan de Mejoramiento y Análisis de la Gestión Logística del almacenamiento en la organización HERVAL S.A de la Universidad de Pereira de la ciudad del Mismo nombre de Colombia Llegó a las conclusiones siguientes:**

- El crecimiento que ha tenido la empresa en los últimos años es notorio, sin duda esto se ha dado por la buena actitud, el mejoramiento continuo, la búsqueda de nuevos procesos, la inversión y la capacitación que la empresa brinda, y es por esto que la empresa es un buen caso de estudio si se tiene en cuenta que el comportamiento del sector en la actualidad es decreciente.
- La empresa Herval aunque no tiene un centro de almacenamiento que cumpla con todas las normas técnicas de almacenamiento, es una empresa que siempre está en búsqueda constante de mejoramiento, y es por esto que en el recorrido del proyecto el centro de almacenamiento se obtuvo varios cambios significativos en el almacén.

B) (GERARDO AVENDAÑO PRIETO - JOSE MARTIN DIAZ PULIDO, 2013) en la tesis intitulada Sistema de Gestión de la logística inversa en el sector refrigeración en la ciudad de Bogotá 2013, de la ciudad del mismo nombre sostiene que la logística inversa en Colombia es poco conocida y aunque en ella se maneje el retorno de productos y/o materiales, no se hace porque se tenga un conocimiento sobre el tema, no si porque existen algunas implementaciones aisladas en la recuperación de materiales y productos como lo son el reciclaje, la reutilización y la remanufactura. Las empresas deben tomarse su tiempo para entender las ventajas de la logística inversa con el propósito de: reducir problemas relacionados con las devoluciones; anticipar el cumplimiento de regulaciones y políticas de cuidado al ambiente; responder a las demandas actuales del mercado en cuanto a la responsabilidad ambiental sin incurrir en costos. Los consumidores están cada vez más conscientes de la importancia de adquirir productos sensibles al medio ambiente si mencionar las regulaciones impuestas por el gobierno que obligan a las organizaciones a replantear sus diseños, procesos y recuperación de sus productos y a colocarlos en el mercado.

II) Nacionales

C) (GRACIELA ISABEL CALDERON ALVAREZ - AURI SELEBE CORNETERO SYBATE, 2014) **en la tesis intitulada Evaluación de la Gestión Logística y su influencia en la determinación del costo de ventas de la Empresa Distribuciones Naylamp S.R.L. Ubicada en la Ciudad de Chiclayo en el año 2013 de la Universidad Santo Toribio de Mogrovejo sostiene** que en la empresa Distribuciones Naylamp SRL, en el área de almacén no se tiene el control de la compra, almacenamiento y salida de las mercancías, con lo cual no se cumple con los procesos que intervienen en la gestión logística, generando deficiencias en la determinación de su costo de ventas. Es por ello que la presente investigación evaluó la gestión logística que se viene desarrollando en la empresa Distribuciones Naylamp S.R.L., ubicada en la ciudad de Chiclayo y su influencia en la determinación del costo de ventas en el periodo enero – junio 2013. La evaluación de una gestión logística en los almacenes de las empresas es muy necesaria ya que sí se cumple de manera adecuada con todos los procesos esto ayuda a disminuir los costos y por ende a bajar precios, con la cual estas, pueden ser más competitivas en el mercado. Las entidades comerciales manejan mercancías en sus transacciones, por lo que se vuelve necesaria la existencia de una gestión logística que

organice este movimiento que incluye la compra, almacenamiento y salida de estas mercancías, así como también que influencia ejerce la infraestructura y su mantenimiento en este proceso logístico, para la determinación del costo de ventas. Al evaluar todo este proceso desarrollado en esta entidad y al determinar de qué manera esto influye en la determinación de su costo de ventas, se plantea mejoras de solución, estableciendo políticas de control en los almacenes con las cuales se pueda cumplir con el proceso logístico requerido para lograr desarrollar un adecuado proceso en la compra, almacenamiento y salida de sus mercancías logrando así tener un control sobre sus inventarios, y determinar de manera correcta y de acuerdo a normas contables y tributarias el costo de venta de productos vendidos.

III) Local

D) (CAMPOS SANTAMARIA, 2015) **en su tesis intitulada La Administración Logística y la Rentabilidad en la Empresa Mega Inversiones S.R.L. Huánuco 2015 de la Universidad de Huánuco concluye en su investigación:**

- Que la Administración Logística influye significativamente y de manera positiva en la Rentabilidad de la Empresa Mega Inversiones S.R.L. 2015; el cual se determina y establece en los resultados obtenidos.

- Que el Sistema de Inventarios influye significativamente y de manera positiva en la Rentabilidad de la Empresa Mega Inversiones S.R.L. 2015; el cual se determina y establece en los resultados obtenidos.
- Que el Almacenamiento Logística influye significativamente y de manera positiva en la Rentabilidad de la Empresa Mega Inversiones S.R.L. 2015; el cual se determina y establece en los resultados obtenidos.
- Que la administración de compras y el proceso de abastecimiento influye significativamente y de manera positiva en la Rentabilidad de la Empresa Mega Inversiones S.R.L. 2015; el cual se determina y establece en los resultados obtenidos.

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Gestión Logística – Variable Independiente

(FIGUEROA, 2000) Sostiene que en un sentido amplio, **“se entiende por logística al conjunto de conocimientos, acciones y medios destinados a prever y proveer los recursos necesarios que posibiliten realizar una actividad principal en tiempo, forma y al costo más oportuno en un marco de productividad y calidad”** . En un sentido más concentrado en el ámbito empresarial se tiene que “logística es el proceso de gerenciar estratégicamente el movimiento y almacenamiento de materias primas, partes y productos terminados, desde los proveedores a través de la empresa hasta el usuario final” . La logística como actividad empresarial es antigua y se podría decir que es lo que antes se conocía como distribución. Tiene sus orígenes en la actividad militar, que desarrolló esta herramienta para abastecer a las tropas con los recursos y pertrechos necesarios para afrontar las largas jornadas y los campamentos en situación de guerra. Al ámbito empresarial trascendió hace unas cuatro décadas y ha sido en éste donde ha encontrado su mayor campo de desarrollo. (ROUX, 2009)La 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 unos diez años hacia acá, la función logística empresarial ha tomado fuerza debido a que los mercados se han vuelto más exigentes, la integración y la globalización son un hecho, las firmas tienen que competir con empresas de todo el mundo y deben atender de la mejor manera a todos y cada uno de los clientes, además, la aparición de nuevas tecnologías de información han traído como consecuencia menores tiempos y costos de transacción, esto ha obligado a las empresas a tomar más en serio la gestión logística si es que se quieren seguir siendo competitivas. La prueba de fuego para la logística fue la aparición de las ventas en línea, las cuales prometían lograr un comercio limpio y con tiempos de transacción menores a los tradicionales y aunque se han presentado casos erráticos, se puede decir que el e-commerce ha sido un motor propulsor para el desarrollo de la logística a nivel mundial. La cadena logística está compuesta por cinco elementos básicos sobre los que se trabaja cualquier estrategia de este tipo:

- El servicio al cliente
- Los inventarios
- Los suministros
- El transporte y la distribución
- El almacenamiento.

(FIGUEROA, 2000) La gestión logística se constituye en el componente principal de la cadena de valor que incorpora el

producto. La logística vela por la optimización y el mantenimiento de los recursos de esta cadena a través de sistemas de información compartidos por todos los que intervienen en ella y mediante la aplicación de indicadores de desempeño que permitan conocer los niveles de inventarios, los tiempos de procesamiento, la rotación de los productos en los supermercados, etc. Básicamente **se consideran 3 indicadores para medir la gestión logística a través de la cadena:**

El primero sobre la velocidad del ciclo/flujo logístico, desde el momento que se genera el pedido de ventas hasta que se coloca el producto en el cliente, esto ayuda a controlar los famosos cuellos de botella; el segundo indicador tiene que ver con los costos que se agregan a un producto o servicio durante el flujo logístico y el tercero es útil cuando se quiere medir el grado de satisfacción del cliente, no por la entrega a tiempo o no, sino por la calidad misma del servicio logístico. Aunque los anteriores son los índices básicos, cada eslabón de la cadena logística desarrolla los suyos propios. Por ejemplo, el componente de servicio al cliente debe establecer un indicador que permita calcular el costo total de servicio al cliente, también en el eslabón de transporte un indicador útil puede ser el porcentaje de la utilización de la flota, etc. Requerimientos estructurales: Desarrollo de suficiente y adecuada infraestructura en redes y vías Acercar los centros de producción a los puertos
*Disminución de costos en sistemas de información y comunicaciones.

(CASANOVAS, 2003) A nivel estratégico, **la logística envuelve a todas las áreas de la compañía para diseñar, desde las etapas de identificación de la necesidad y concepción de los productos y/o servicios**, un proceso que incluya todos los medios necesarios para obtener los mejores resultados, en términos económicos y de satisfacción del consumidor. La logística así entendida tiene un carácter multifuncional: alcanzar el objetivo final de la forma más eficiente posible no depende sólo de una función o responsabilidad de la empresa, sino que es el resultado de aunar los esfuerzos de toda la organización. De ahí la necesidad de contemplar todo el proceso logístico desde la perspectiva estratégica propia de la alta dirección de la empresa.

Procesos Logísticos

(FIGUEROA, 2000) sostiene que los procesos logísticos de la empresa son todos los que se relacionan con los movimientos de materiales o de mercaderías y, por extensión en el caso de las empresas de servicios, con la preparación y prestación de dichos servicios.

- Logística de Entrada (aprovisionamiento)
- Logística de Procesos (Producción).
- Logística de salida (Distribución).

En definitiva, son los que se relacionan con las operaciones de la empresa.

A) Logística de entrada

(SERRANO, 2014) Constituye todas aquellas actividades necesarias con el fin de abastecer los insumos y productos, para su transformación o venta, respectivamente. Las compras no vienen a ser más que las actividades debidamente organizadas, mediante las cuales se materializan las necesidades de abastecimiento de una empresa. Es la forma como se concretizan las adquisiciones de aprovisionamiento para la empresa. También puede definirse, como la acción de obtención de materiales, servicios, herramientas, equipo, etc., de la calidad conveniente, en adecuada cantidad, a precio razonable, en el momento preciso y de la fuente de aprovisionamiento más conveniente. Es decir, es la obtención valor total (calidad, cantidad precio, tiempo y proveedor) al menor precio. De estas definiciones, se desprende que la relación entre las compras y el abastecimiento, es íntima, razón por la cual se considera a las compras como una de las actividades propias de la función logística de abastecimiento.

Objetivos generales

Cada empresa, al establecer su plan de organización, deberá fijar un criterio, respecto a la forma como debe efectuar las compras de toda clase. El criterio moderno, es que corresponde al departamento de compras, efectuar todas las adquisiciones de la empresa, sin excepción de ninguna clase; ya que esta centralización tiene las ventajas siguientes:

- Unidad de criterio referente a las relaciones con los proveedores;
- Posibilidad de obtener bonificaciones especiales por cifra de consumo;
- Evita innecesarias adquisiciones por otras secciones de la empresa, etc

Entonces, se puede decir que las compras tienen como objetivo general, realizar las adquisiciones de materiales, en la cantidad necesaria y económica, de la calidad adecuada al uso al que se va a destinar, en el momento oportuno y al precio total más conveniente. Es decir, es la operación mediante la cual se suministra en las mejores condiciones posibles, en todas las dependencias de la empresa, maquinas, materiales, productos semielaborados, accesorios, bienes de consumo, herramientas y servicio, que son necesarios para alcanzar los objetivos que la administración de la empresa ha definido. En este sentido es pertinente analizar los aspectos relacionados con la administración de compras, con un principal enfoque hacia la política fundamental de la empresa, informando sobre los métodos de control y la medición de los rendimientos.

Almacenes

El concepto de almacén ha ido variando a lo largo de los años, ampliando su ámbito de responsabilidad dentro de la función logística. Así, el ámbito de responsabilidad del área de

almacenes nace en la recepción del elemento físico en las propias instalaciones y se extiende al mantenimiento del mismo en las mejores condiciones para su posterior tratamiento (proceso, transporte o consumo), guardando evidencia de ello.

Todo almacén debe tener una estructura, que le permita un desarrollo eficiente, sustentado en las bases administrativas de planificación, dirección, coordinación, ejecución y control.

La organización funcional que debe tener todo almacén, estará referida a la mayor o menor magnitud de la empresa, a la capacidad o cantidad de productos por manejar, así como a las características de estos, siendo necesario que básicamente se cumplan las acciones de recepción almacenamiento propiamente dicho, (custodia) despacho o entrega y control.

La organización de un almacén se planea de una forma general a base de las actividades del ciclo de almacenamiento y aplicando los principios básicos que se debe respetar en toda organización. Sin embargo, es preciso aclarar, que pueden haber tantas variantes en la organización de los elementos, como empresas pueden existir, debido principalmente a que intervienen en forma decisiva, factores o elementos de juicio diversos, tales como:

- La política general por desarrollar, impuesta por la empresa.
- Naturaleza de los materiales por almacenar.
- El medio en el que se va a desenvolver

- La organización general de la empresa.
- Potencial o capacidad económica de la empresa.

No se puede asumir entonces, una organización fija, que pueda servir como “tipo” para ser utilizada como patrón único, ya que ésta variará de una empresa a otra; aun cuando estas tengan la misma línea de producción y las empresas tengan similar capacidad económica.

Distribución

Es la actividad que consiste en atender los requerimientos del usuario o cliente, encargándose de la entrega de las mercaderías solicitadas. Es decir, consiste en la entrega de los artículos que guarda el almacén, a cambio de una orden o vale de salida (nota de entrega), el cual constituye un comprobante del movimiento efectuado.

Es preciso que los requerimientos del usuario sean atendidos con plenitud, razón por la cual dentro del proceso general empresarial es necesario contar en la organización, con este elemento que cumpla con actividades o tareas complementarias, como son el embalaje, asegurándose que la cantidad y calidad de los artículos o materiales, será correcta. Es igualmente importante en esta función, la ejecución para cumplir con los plazos solicitados. Por eso, estas actividades deben ser encargadas a personas responsables y técnicas,

concedoras del tipo de mercaderías que se utilizan, para que se preste un buen servicio y mantenga buenas relaciones con los clientes o usuarios de la empresa.

La distribución física consiste en el transporte de mercaderías desde el punto de producción (planta de manufactura o fábrica), el punto de ventas o posterior a la fabricación, es decir, desde el almacenaje hasta el punto en que se necesita y por último hasta el lugar de su comercialización, presentación, y publicidad y su venta o transferencia efectiva al consumidor final.

De acuerdo a esto, el sistema de distribución es una disciplina de la dirección, en la que combinan dos o más áreas relacionadas, pero independientes, para formar un conjunto coherente y único.

B) Logística de proceso

(FIGUEROA, 2000) Los procesos logísticos de la empresa son todos los que se relacionan con los movimientos de materiales o de mercaderías y, por extensión en el caso de las empresas de servicios, con la preparación y prestación de dichos servicios.

- Aprovechamiento.
- Producción.
- Distribución.

En definitiva, son los que se relacionan con las operaciones de la empresa.

El aprovisionamiento

La primera parte del proceso logístico consiste en el aprovisionamiento de materias primas para la producción, en el caso de empresas de fabricación, o de mercaderías en el caso de las empresas comerciales.

Por lo tanto, habrá que determinar cuáles son los materiales necesarios y elegir los proveedores no sólo en función de los precios que nos oferten, sino también por el resto de las condiciones que nos ofrecen: plazo de entrega, garantía, plazo y medio de pago, etc.

No olvidemos, aunque se volverá a insistir en ello más adelante, que la política de aprovisionamiento tiene una enorme trascendencia sobre las necesidades financieras de la empresa.

Cuestiones como las siguientes nos ayudarán a identificar y controlar los costes de la empresa y a determinar los criterios para la fijación de los precios:

- El período medio de permanencia de las materias primas o las mercaderías en el almacén -dependiente, en gran medida, de la política de aprovisionamiento y de la fiabilidad y seriedad de los proveedores.

- El plazo de pago son fundamentales para la propia viabilidad del Proyecto de empresa.

La producción

Como ya se ha indicado, la previsión de ventas es el punto de referencia fundamental para la determinación de los niveles de producción que la empresa debe afrontar.

Además, en función de los resultados obtenidos en la investigación del mercado, se deberá concretar el diseño final y los complementos del producto o servicio.

Con todo ello, se definirá el proceso de producción, se determinará la ubicación óptima de las instalaciones, se definirán los requerimientos de mano de obra, se establecerá la mejor opción para realizar las inversiones necesarias, se diseñarán los procesos de compras y de selección de proveedores, se elaborarán los criterios para el establecimiento de controles de calidad, etc.

Con independencia de sí se va a asumir el proceso de producción o de prestación del servicio, o de sí éste será subcontratado, será necesario conocer y aportar alguna información sobre el mismo.

Así, se definirán los siguientes aspectos:

- Las características del producto o servicio y sus complementos -la llamada ingeniería de producto.
- El proceso de elaboración del producto o servicio -la ingeniería de proceso-.
- La tecnología a aplicar.
- La determinación del coste.

Con relación al proceso de elaboración del producto o servicio - la ingeniería de proceso- es necesario desarrollar las siguientes cuestiones:

- Describir las actividades requeridas para producir el bien o prestar el servicio.
- Organizar las actividades de manera secuencial.
- Establecer los tiempos requeridos para llevar a cabo cada una de las actividades.

Este proceso se puede ver facilitado por la utilización de diagramas de flujo del proceso de producción, esto es, la secuencia de operaciones expresada de forma gráfica.

En cuanto a la determinación de la tecnología necesaria para elaborar el producto o servicio, es muy importante asegurar que el nivel de tecnología es adecuado al proyecto y analizar todas las tecnologías alternativas para poder seleccionar la más adecuada.

En la elección de una tecnología es necesario considerar los siguientes aspectos:

- Facilidad para adquirir la tecnología.
- Condiciones especiales para hacer uso de ella: patentes, acuerdos, etc.
- Aspectos técnicos especiales (capacitación del personal, equipo, instalaciones, etc.).
- Protección de la misma y riesgo de ser copiada.
- Ritmo de innovación tecnológica en el ámbito empresarial en que se desarrolla nuestra actividad.
- Capacidad financiera disponible.

Así, si la actividad empresarial se va a desarrollar en un sector donde la innovación tecnológica se sucede rápidamente, evidentemente puede ser más interesante alquilar los medios productivos mediante la fórmula del renting, que adquirir los medios productivos.

C) Logística de salida

(BALLOU, 2004) En una compañía la logística es considerada como un elemento fundamental porque es ella, la que se encarga de la organización y del abastecimiento tanto sea de materias primas y materiales como también de los productos. La planeación tanto sea de demandas como así también de distribución, la programación para la producción, para la realización de diferentes operaciones, es decir, en definitiva, para

llevar los productos a los clientes en el tiempo y la forma que corresponden. Para definir a la logística de salida, tendremos que comenzar diciendo que es la que abarca a las actividades como el almacenamiento, transporte y distribución de los productos, el producto terminado para ofrecer directamente al consumidor final, y en cada uno de estos procesos se llevan a cabo diferentes actividades que se deben controlar, para lo cual será necesario establecer indicadores que permitan medir, vigilar, mejorar dichos procesos, y de esta forma, contribuir con el cumplimiento de los objetivos empresariales, tanto a nivel de cada uno de los departamentos o áreas, como así también a nivel general de una empresa en sí.

Para llevar a cabo los objetivos empresariales de la logística de salida, las entidades utilizan distintos tipos de software que facilitan el uso de las actividades y el análisis de los mismos que son fundamentales para la recepción de pedidos, para el almacenamiento y el transporte de los bienes entre otras cosas. Además, en la logística de salida, con un software se beneficia la empresa y la organización integral de la logística.

La logística de salida, interviene en la reducción de los plazos de entrega con respecto a los mercados y clientes, mantiene relaciones estrechas con sus clientes (Fabricantes, mayoristas, minoristas y también consumidores finales). También interviene en la flexibilidad frente a las variables, exigencia de todos los clientes en general. Interviene en la satisfacción

creciente de los clientes frente a unas tasas de error que disminuyen. La logística de salida tiene que ver con la gestión de stock y el transporte, reduciendo de esta forma los plazos e itinerarios de entrega. Con ella, el transporte se hace más eficaz, por ende, se reducen los costos. Se optimiza en gran medida la utilización de las capacidades de almacenamiento y de transporte.

Puntualmente, la logística de salida, es muy importante en la logística que viene dada por la necesidad de mejorar el servicio al cliente, mejorando la fase del mercado, dando como resultado un aumento en las líneas de producción, dando eficiencia en producción para alcanzar altos niveles.

2.2.2. Calidad del Producto – Variable Dependiente

(TORRES, 2006) Es un conjunto de características o propiedades inherentes, que tiene un producto o servicio las cuales satisfacen las necesidades del cliente, las mismas que se ven reflejadas en una sensación de bienestar de complacencia. Es importante que estas características estén estandarizadas y perduren siempre cuando se compra una y otra vez, así también se debe de tener en cuenta que tenga un costo óptimo.

CALIDAD EN LOS PRODUCTOS TANGIBLES

(TORRES, 2006) sostiene que existe una amplia bibliografía sobre la gestión de la calidad en los tangibles. Es un tema del que se ha venido hablando y escribiendo ampliamente en estos últimos años. Por esa razón nos vamos a centrar únicamente en los aspectos básicos del concepto. Para comenzar, recordemos siempre que se trata de: 1. Definir la calidad en términos de los atributos que van a influir en el proceso de decisión de compra de los consumidores, usuarios y clientes. 2. No se trata de la calidad “técnica” definida en un laboratorio, sino de calidad *por y para* los consumidores, usuarios y clientes; es decir, la calidad definida desde la óptica del mercado (no de la empresa).

En el área de los tangibles existen diferentes formas de concebir y definir la calidad debido a que no todas las personas utilizan los mismos conjuntos de criterios para definirla. Veremos dos enfoques.

EL ESQUEMA DE SCHNAARS

En primer lugar veremos el esquema que, basándose en los trabajos de muchos otros autores, elaboró Steven P. Schnaars.

CUATRO PUNTOS DE VISTA	OCHO DIMENSIONES
Algunas personas consideran que un producto de calidad es el que funciona eficazmente.	<ul style="list-style-type: none"> • Fiabilidad. • Durabilidad. • Conformidad con las especificaciones.
Algunas personas consideran que un producto de calidad es el que tiene un diseño excelente.	<ul style="list-style-type: none"> • Funcionalidad (<i>performance</i>). • Características externas. • Capacidad para prestar un servicio. • Aspectos estéticos.
Algunas personas consideran que un producto de calidad es el que logra un nivel superior de satisfacción de las necesidades y deseos de los consumidores o clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad percibida.
Algunas personas consideran que un producto de calidad es el que alcanza el más alto nivel posible de excelencia "alcanzable"	

Otras Teorías de Calidad

(FIGUEROA, 2000) sostiene que la calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor. Tales propiedades o características podrían estar referidas a los insumos utilizados, el diseño, la presentación,

la estética, la conservación, la durabilidad, el servicio al cliente, el servicio de postventa, etc.

Algunos consumidores podrían preferir algunas propiedades o características, mientras que otros podrían preferir otras, pero en ocasiones existen ciertas propiedades o características que siempre deben ser satisfechas para que un producto o servicio pueda ser considerado de calidad. Por ejemplo, en un restaurante, por más exquisita que sea la comida, si la atención es mala o lenta, difícilmente habrá algún consumidor que considere al restaurante como de calidad.

En general, podríamos decir que un producto o servicio es de calidad cuando cuenta con insumos de primera, cuenta con un diseño atractivo, cuenta con una buena presentación, es durable en el tiempo, y está acompañado de un buen servicio al cliente, a tal grado que satisface necesidades, gustos y preferencias, y cumple o sobrepasa expectativas en el consumidor.

Tipos de calidad:

(CASANOVAS, 2003) manifiesta que la calidad que se espera: se da cuando existen propiedades y características que los consumidores dan por sentado que encontrarán en los productos o servicios. Cuando encuentran estas propiedades y características, los consumidores quedan satisfechos, pero cuando no las encuentran, quedan muy insatisfechos.

Calidad que satisface: se da cuando existen propiedades y características que los consumidores solicitan específicamente. Cuando están presentes estas propiedades y características, los consumidores quedan satisfechos, pero cuando no está presentes, quedan insatisfechos. La

calidad que satisface cumple con las expectativas del consumidor, pero sin llegar a superarlas.

Calidad que deleita: se da cuando existen propiedades y características que los consumidores no solicitan porque no saben que puedan existir, pero que cuando están presentes y agradan, los consumidores quedan muy satisfechos; sin embargo, si no las encuentran, no quedan insatisfechos. La calidad que deleita supera las expectativas del consumidor.

Veamos a continuación un resumen de algunos conceptos relacionados con el concepto de la calidad:

Calidad total

(GARZA, 2003) La calidad total, también conocida como gestión de la calidad total (TQM por sus siglas en inglés), es una filosofía, cultura o estilo de gerencia que involucra a todos los miembros de una organización, los cuales buscan mejorar continuamente la calidad no sólo en los productos, sino también en todos los aspectos de la empresa como, por ejemplo, en los trabajadores (por ejemplo, al estar bien calificados), en los insumos (por ejemplo, al ser de primera), en los procesos (por ejemplo, al evitar desperdicios), en la atención al cliente (por ejemplo, al brindar una rápida atención).

Filosofía de calidad total

(GARZA, 2003) La filosofía de calidad total, también conocida como filosofía de mejora continua, es una filosofía que señala que la calidad se debe “respirar”, y que se debe buscar siempre su mejora de manera continua y gradual por parte de todos los miembros de la organización. La

filosofía de calidad total deriva del término japonés Kaisen que significa “mejoramiento continuo”.

Círculo de calidad

(GARZA, 2003) Grupo 6 a 12 trabajadores que voluntariamente se reúnen con regularidad en horas de trabajo para analizar problemas que afectan sus tareas comunes, identificar sus causas, y proponer soluciones a la gerencia.

Gestión de calidad

Conjunto de actividades de carácter gerencial relacionadas con la calidad, tales como la planificación de la calidad, la definición de políticas de calidad, el establecimiento de normas o estándares de calidad, la elección de responsables del aseguramiento o control de la calidad, la implementación de sistemas de calidad, el establecimiento de medidas de control de calidad, entre otras.

Aseguramiento de calidad

Conjunto de acciones que tienen como objetivo asegurar o garantizar que el producto o servicio cumpla con determinadas especificaciones o requisitos de calidad (y de ese modo prevenir que luego se descubran fallos que luego tengan que ser corregidos), así como asegurar o garantizar el cumplimiento de normas o estándares de calidad.

Control de calidad

Conjunto de acciones o medidas que tienen como objetivo comprobar o verificar que el producto o servicio haya cumplido con determinadas especificaciones o requisitos de calidad, así como comprobar o verificar

que se haya cumplido con las normas o estándares de calidad previamente establecidas.

2.3. Definiciones Conceptuales

- **Cadena de suministro:** Movimiento de materiales, fondos, e información relacionada a través del proceso de la logística, desde la adquisición de materias primas a la entrega de productos terminados al usuario final. La cadena del suministro incluye a todas los vendedores, proveedores de servicio, clientes e intermediarios (ZULUAGA, 2005).
- **Cadena de valor:** Una alianza voluntaria de compañías para crear un beneficio económico para clientes y compartir las ganancias (ZULUAGA, 2005).
- **Canales de Distribución:** Los cauces de la venta apoyados por una empresa. Éstos pueden incluir ventas del menudeo, Ventas de asociados de distribución (por ejemplo, venta al mayoreo), Ventas del fabricante de equipo original, intercambio de Internet o ventas del mercado, y subastas de Internet. (ZULUAGA, 2005)
- **Canales Logísticos:** La red de cadenas de suministro participantes comprometidas en almacenamiento, manejo, traslado, transporte y funciones de comunicaciones que contribuyen al flujo eficaz de los bienes (ZULUAGA, 2005).
- **Despliegue de inventario:** Una técnica para posicionar inventario estratégicamente para cumplir los niveles de servicio al cliente mientras de minimiza el inventario y los niveles de almacenamiento. El inventario en exceso se reemplaza con información derivada a

través de la supervisión del suministro, demanda, e inventario en reposo así como en movimiento (ZULUAGA, 2005).

- **Flujo a través de la distribución:** Un proceso en que se traen productos de las múltiples locaciones hacia una facilidad central (a veces llamado Cross-Dock), re-surtido para entrega a su destino y envió en el mismo día. Esto elimina almacenaje, reduce niveles de inventario y agiliza el ciclo de tiempo de una orden (ZULUAGA, 2005).
- **Flujos continuos** El proceso de mantener en movimiento camiones cargados con cargas y chóferes diferentes (ZULUAGA, 2005).
- **Justo a tiempo** Una estrategia industrial que suaviza el flujo material dentro de las plantas industriales. JIT minimiza la inversión en inventario proporcionando entregas oportunas, secuenciales de producto exactamente donde y cuando se necesita, de una multitud de proveedores. Tradicionalmente una estrategia de automotores, está introduciéndose en muchas otras industrias (ZULUAGA, 2005).
- **Logística:** es el proceso de planear, implementar y controlar Efectiva y eficientemente el flujo y almacenamiento de bienes, servicios e información relacionada del punto de origen al punto de consumo con el propósito de cumplir los requisitos del cliente (ZULUAGA, 2005).
- **Logísticas integradas:** Un comprensivo y amplio sistema de la cadena del suministro entera, como un solo proceso, desde el aprovisionamiento de las materias primas hasta la distribución del producto final. Todas las funciones que componen a la cadena del

suministro se manejan como una sola entidad, en lugar de funciones individuales que se manejan separadamente (ZULUAGA, 2005)

- **Outsourcing:** Subcontratación de funciones comerciales o procesos tales como servicios logísticos o de transportación a una empresa externa, en lugar de hacerlos internamente (ZULUAGA, 2005).
- **Planificación de la cadena de suministro:** Típicamente involucra actividades como crear un conjunto de proveedores, respondiendo a previsiones del comprador, o generando previsiones de uso interno (ZULUAGA, 2005).
- **Rotación de Inventario:** El costo de los bienes vendidos dividido por el nivel promedio de inventario disponible. Este indicador mide cuantas veces el inventario de una compañía se ha vendido durante un período de tiempo. Operacionalmente, las rotaciones del inventario son medidas como el total de los bienes al pasar por la cadena dividido por nivel del promedio de inventario para un período dado (ZULUAGA, 2005).
- **Rutinas de optimización:** Rutinas usadas para determinar la solución óptima a un problema en particular. Incluidos en la ejecución y planeación de la cadena de suministro para reducir costos o tiempos en la cadena. Normalmente enfocado tácticamente para uso en las operaciones en curso (ZULUAGA, 2005).
- **Valor Agregado:** valor incrementado o mejorado, basado en su funcionalidad o utilidad (ZULUAGA, 2005).

2.4. Sistema de Hipótesis

2.4.1. Hipótesis General

La gestión logística influye significativamente en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016

2.4.2. Hipótesis Específicos

- a. La logística de entrada influye significativamente en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016
- b. La logística de procesos influye significativamente en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016
- c. La logística de salida influye Significativamente en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016

2.5. Sistema de Variables

2.5.1. Variable Independiente

Gestión Logística

Dimensiones

Logística de Entrada

Logística de Proceso

Logística de Salida

2.5.2. Variable Dependiente

Calidad de los productos

Dimensiones

Fiabilidad

Durabilidad

Características Externas

2.6. Operacionalización de Variables

Variable	Dimensión	Indicador	Item´s
Variable Independiente Gestión Logística	Logística de entrada	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Planificación de Compra de Insumos ▪ Gestión de compras ▪ Gestión de almacenamiento 	La Empresa adquiere los insumos de acuerdo a lo planificado?
			Se adquiere y cuenta con insumos de forma inmediata para la producción?
			Cuenta la empresa con un lugar adecuado para el almacenamiento de los insumos?
	Logística de proceso	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aprovisionamiento ▪ Procesamiento 	Al momento de producir cuenta con los insumos necesarios?
			Cuando se requiere insumos es de inmediato el proceso de compra?
	Logística de salida	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Distribución ▪ Servicio 	Cuenta con los elementos necesarios para la distribución?
El servicio de comercialización es el adecuado para la oferta de productos?			
Variable Dependiente e Calidad del Producto	Fiabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verificabilidad 	Considera que los productos que ofrece la Panadería están de acuerdo a lo que ofrecen? Considera que los ingrediente que usan en el producto (tortas, panes? son especificados en sus envases?
			Considera que los ingredientes que se usa en la panadería son los adecuados para el producto (tortas, panes)?
	Durabilidad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tiempo 	Cuándo adquiere un producto, usted lo consume inmediatamente? Está conforme con el tiempo de duración de los productos de la panadería?
			La panadería le ofrece productos con alta durabilidad? Precise que productos son de alta durabilidad en la panadería? Los productos de la panadería se mantienen cuando usted los guarda? Tuvo problemas con el vencimiento del producto?
Características Externas	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Presentación 	Qué le parece la presentación de los productos de la Panadería San Carlos?	

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3. Metodología de la Investigación

3.1. Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo Aplicada, dado que busca ampliar y profundizar la realidad de las variables tanto independiente como dependiente en el sujeto de investigación (ROBERTO, 2006). Ello a partir de la caracterización de los componentes que integran cada uno de ellos sustentados en la operacionalización de variables.

3.1.1. Enfoque

El presente estudio es de enfoque cuantitativo (ROBERTO, 2006) ya que requiere que el investigador recolecte datos numéricos de los objetivos, fenómenos, participantes que estudia y analiza mediante procedimientos estadísticos, de este conjunto de pasos llamado investigación cuantitativa, se derivan otras características del enfoque cuantitativo que se precisan a continuación: Las hipótesis que se generan antes de recolectar y analizar los datos y la recolección de datos se fundamenta en la medición. Debido a que los datos son producto de mediciones, se representan mediante números (cantidades) y se deben analizar a través de métodos estadísticos. Dicho de otra manera las mediciones se transforman en valores numéricos (Datos cuantificables) que se analizan por medio de la estadística

3.1.2. Alcance o Nivel

El nivel de la investigación es EXPLICATIVO (ROBERTO, 2006) dado que permite conocer en profundidad los elementos de cada una de las variables intervinientes partiendo de ello para establecer la influencia que existe entre ambas. En esta investigación no se establece de manera directa la causalidad.

3.1.3. Diseño

No experimental – transeccional o transversal, de tipo correlacional – causal (ROBERTO, 2006).

La investigación no experimental es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables, es decir es una investigación donde no hacemos variar intencionalmente las variables independientes, lo que hacemos en la investigación no experimental es observar fenómenos tal cual y como se dan en sus contexto natural, para después analizarlos. De hecho no hay condiciones o estímulos los cuales se expongan los sujetos del estudio. Los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad. Los diseños no experimental transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir las variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede; por otro lado los diseños no experimentales – transeccional de tipo correlacional – causal son diseños que describen relaciones entre dos o más variables

en un momento determinado mediante el siguiente esquema
(ROBERTO, 2006):

X-----Y

Donde:

X = Variable Independiente Gestión Logística
Y = Variable Independiente Calidad del Producto

3.2. Población y Muestra

La Población está constituida por los elementos:

- A. Trabajadores de la Panadería 33
- B. Clientes de la Panadería 1200 semanal

3.2.1. Muestra

La muestra está constituida por EL TOTAL de trabajadores que son 33. Y por 125 clientes cogidos al azar en el periodo de una semana de venta en la panadería.

Distribución de la Muestra según día

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
10	10	10	30	20	20	25

3.3. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Las Técnicas que se van usar son las siguientes:

Técnicas	Instrumento	Finalidad
Encuestas a clientes	Cuestionario	Para determinar la calidad del producto en Panadería San Carlos
Entrevista a Trabajadores	Guía de Entrevista	Para Conocer los procesos de gestión logística en Panadería San Carlos

Elaboración: Propia

3.4. Técnicas para el Procesamiento y Análisis de la Información

Técnicas	Uso
Software SPSS	Para el procesamiento de las encuestas aplicadas a empresarios.
Software EXCEL	Para el diseño y presentación de gráficos de barras.
Software Ms Office	Para el Procesamiento de la información secundaria y formulación del informe final de la tesis.
Software Ms Power Point	Para la presentación del informe final de la tesis durante la sustentación.

CAPITULO IV

RESULTADOS

4. Resultados

Los Resultados que a continuación se plantean tienen dos partes, el primero de ellos es la descripción de la opinión de los clientes respecto a la calidad de los productos de la panadería, el segundo, es la opinión de los trabajadores respecto a la gestión logística del cual son parte y cuya responsabilidad corresponde al Econ. Juan Carlos Sanchez Amiquero, así como también la especialista en Marketing Victoria Cruz, quien cuenta con todo lo referente a la administración de este tipo de negocios en la ciudad.

4.1. Procesamiento de Datos

A continuación, se presenta cuadros que detallan la percepción de los clientes respecto a la calidad de los productos que ofrece la Panadería y pastelería San Carlos de la ciudad de Huánuco.

El primer cuadro corresponde a aspectos generales de los clientes y su relación con la empresa. Hemos planteados tres categorías para que puedan contestar hace cuánto tiempo son clientes en la panadería.

La muestra ha determinado la aplicación de 125 encuestas que representa a una población mayor de clientes en esta empresa huanuqueña. Dicho instrumento se aplicó en un periodo de 30 días, dada la disponibilidad de los clientes de contestar estas preguntas. Puesto que al salir con sus compras el momento adecuado limito un poco la aplicación de este instrumento que se describe a continuación.

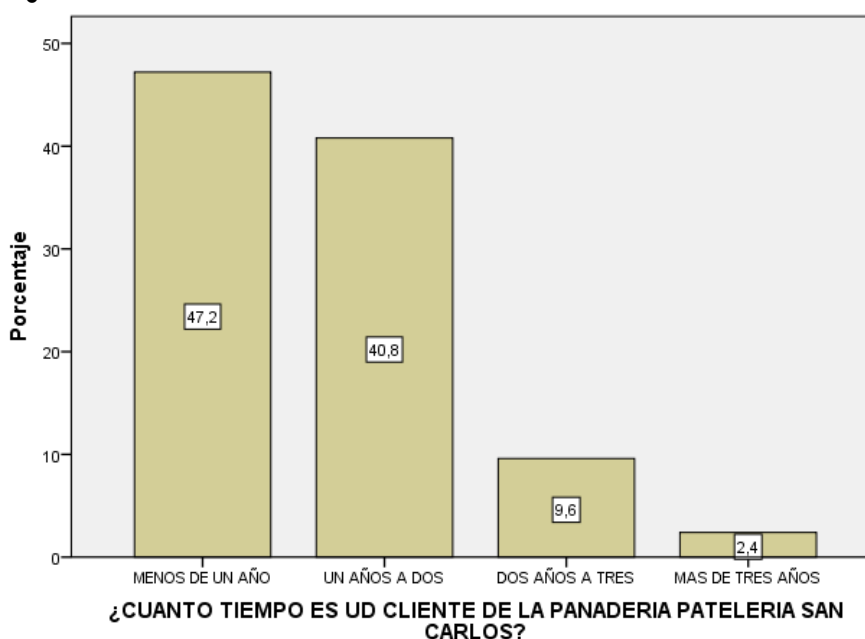
CUADRO N°01
¿CUANTO TIEMPO ES UD CLIENTE DE LA PANADERIA PATELERIA SAN CARLOS?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	MENOS DE UN AÑO	59	47,2	47,2
	UN AÑOS A DOS	51	40,8	88,0
	DOS AÑOS A TRES	12	9,6	97,6
	MAS DE TRES AÑOS	3	2,4	100,0
	Total	125	100,0	100,0

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaboración: Propia

GRAFICO N°01
¿CUANTO TIEMPO ES UD CLIENTE DE LA PANADERIA PATELERIA SAN CARLOS?



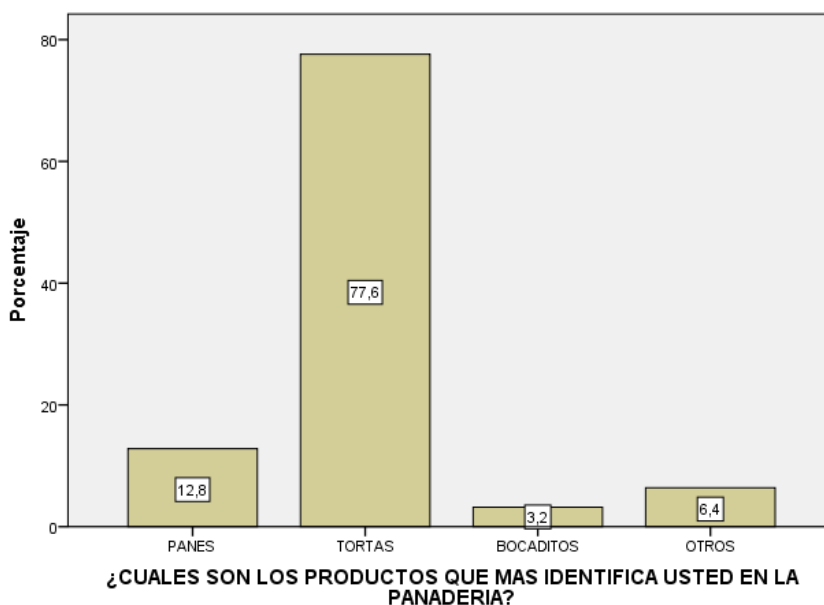
Interpretación, en el cuadro anterior podemos observar que el 47.2% de clientes encuestados tienen menos de un año comprando en la panadería, 40.8% entre un año y dos. 13% de clientes restante compran a la panadería por más de dos años. Respecto a esta información hemos podido corroborar que el nivel de fidelidad a la fecha es este 13%. La panadería ha empezado los últimos tres años a impulsar esta tarea de fidelización a través de la venta de sus productos y publicidad masiva para poder tener una mejor cobertura del mercado huanuqueño a nivel de todos sus distritos. Vale mencionar que solo hemos encuestado a clientes de la tienda principal, teniendo la tienda otras sucursales en Ambo, Panao.

CUADRO N°02
¿CUALES SON LOS PRODUCTOS QUE MAS IDENTIFICA USTED EN LA PANADERIA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	PANES	16	12,8	12,8
	TORTAS	97	77,6	90,4
	BOCADITOS	4	3,2	93,6
	OTROS	8	6,4	100,0
	Total	125	100,0	100,0

Fuente: Encuestas Realizadas
 Elaboración: Propia

GRAFICO N°02
¿CUALES SON LOS PRODUCTOS QUE MAS IDENTIFICA USTED EN LA PANADERIA?



Interpretación, La Panadería y Pastelería San Carlos, ofrece productos hechos en base a harina, entre los que destaca panes, tortas. Este año inicio con la venta de bocaditos y algunos lácteos. El 12.8% de clientes reconoce que el principal producto que ofrece son los panes, el 77.6% sostiene que son las tortas los productos más importantes de San Carlos, 3.2% sostiene que son los bocaditos y 6.4% que son otros productos como los lácteos y dulces. Esta información, coincide con el interés de la gerencia de ser los primeros en la ciudad en la venta de tortas con diferentes decoraciones, aspecto innovador que atrae a los clientes para su compra. Respecto al tema de los bocaditos, el mercado para ello son las instituciones públicas y privadas que organizan eventos a pedido, entre los que destaca el Gobierno Regional y sus Direcciones.

CUADRO N°03

¿CONSIDERA QUE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE LA PANADERIA ESTAN DE ACUERDO A LO QUE OFRECEN?

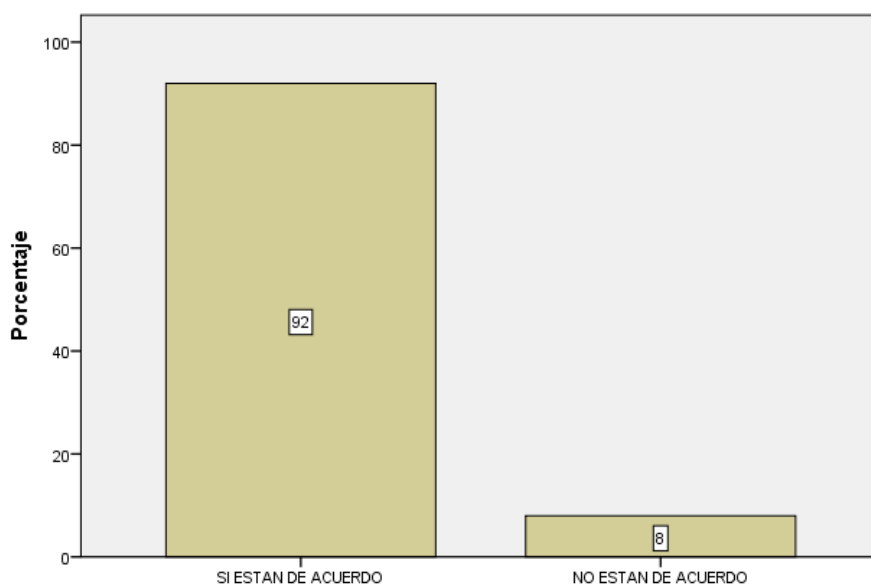
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI ESTAN DE ACUERDO	115	92,0	92,0	92,0
	NO ESTAN DE ACUERDO	10	8,0	8,0	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaboración: Propia

GRAFICO N°03

¿CONSIDERA QUE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE LA PANADERIA ESTAN DE ACUERDO A LO QUE OFRECEN?



¿CONSIDERA QUE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE LA PANADERIA ESTAN DE ACUERDO A LO QUE AFRECEN?

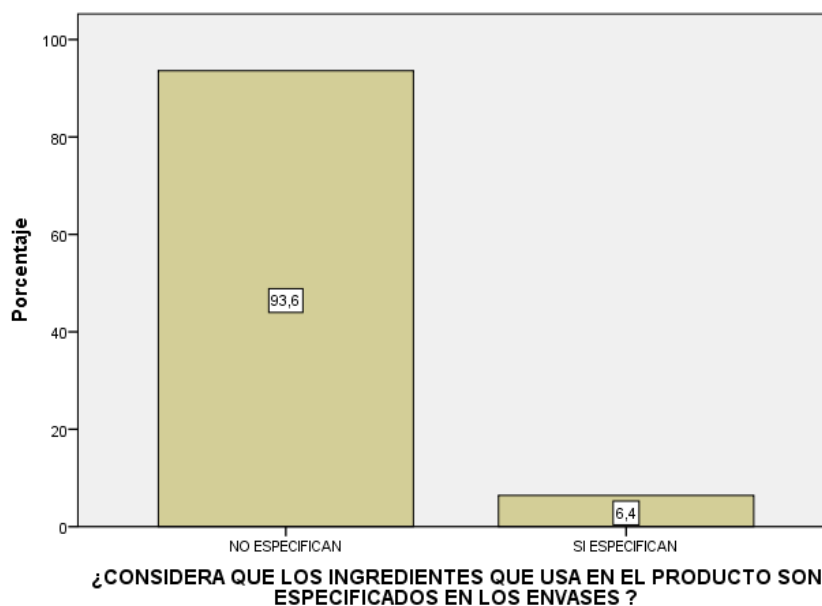
Interpretación, en el gráfico anterior una de las preguntas que hemos hecho es si consideran que coincide la oferta de la panadería con lo que ofrecen publicitariamente a través de los diferentes medios. La importancia de ello radica en conocer la percepción de los clientes respecto a los productos estándar de la tienda. El 92% de clientes, sostiene que efectivamente coincide estos aspectos. Lo que pueden percibir los clientes en los medios publicitarios efectivamente son encontrados al momento de ir a adquirirlos a la tienda. El 8% de los clientes consideran que hay una leve discordancia, en el sentido que hubo algunos productos que no fueron encontrados como los panes tradicionales como el mistishongo, panes de yema entre otros. Los demás productos si están sostuvieron los clientes. Con esta información tenemos idea clara de la oferta.

CUADRO N°04
¿CONSIDERA QUE LOS INGREDIENTES QUE USA EN EL PRODUCTO SON ESPECIFICADOS EN LOS ENVASES?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	NO ESPECIFICAN	117	93,6	93,6	93,6
	SI ESPECIFICAN	8	6,4	6,4	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Realizadas
 Elaboración: Propia

GRAFICO N°04
¿CONSIDERA QUE LOS INGREDIENTES QUE USA EN EL PRODUCTO SON ESPECIFICADOS EN LOS ENVASES?



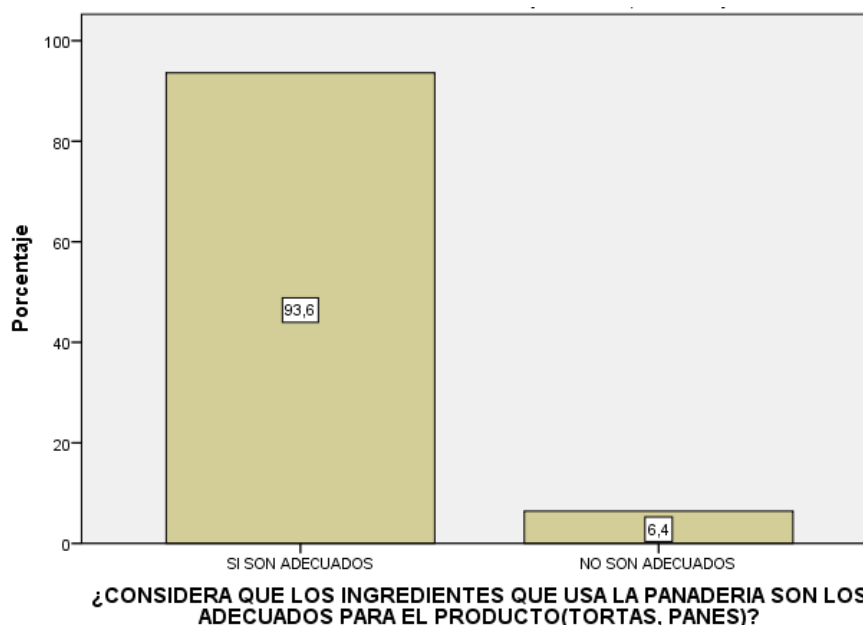
Interpretación, Respecto a los envases en la Panadería Pastelería estos están precisamente asociadas con un producto específico que son las tortas, dado que los otros productos son entregados en bolsas, sin ningún tipo de grabaciones o en táper de Tecnopor. El 93.6% de clientes no ha percibido que los ingredientes hayan sido grabados en los envases de las tortas, dado que solo se precisa el nombre de la empresa, y del producto, más no las especificaciones del ingrediente o producción de la torta. El 6.4% manifestó que, si han percibido, pero esta información no fue exacta, dado que quienes han contestado la pregunta entendieron al nombre del producto más no a los ingredientes. Este es un tema que falta desarrollar en la empresa a nivel de todos sus productos dada la exigencia de la norma para describirlo en los envases.

CUADRO N°05
¿CONSIDERA QUE LOS INGREDIENTES QUE USA LA PANADERIA SON LOS ADECUADOS PARA EL PRODUCTO (TORTAS, PANES)?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI SON ADECUADOS	117	93,6	93,6	93,6
	NO SON ADECUADOS	8	6,4	6,4	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Realizadas
 Elaboración: Propia

GRAFICO N°05
¿CONSIDERA QUE LOS INGREDIENTES QUE USA LA PANADERIA SON LOS ADECUADOS PARA EL PRODUCTO (TORTAS, PANES)?



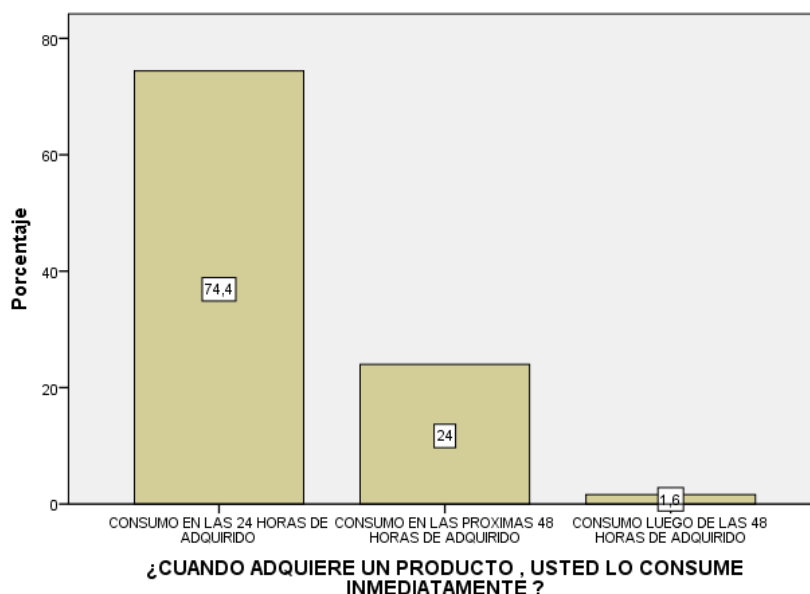
Interpretación, La investigación ha considerado consultar a los clientes respecto a la percepción que tienen de los ingredientes al momento de ser adquiridos. Lo que podemos observar en este aspecto es que los clientes consideran que los ingredientes si son los adecuados 93.6%, y el 6.4%, que no son los adecuados, sintiendo que estos pueden ser vencidos al momento de ser consumidos. Los clientes que adquieren las tortas muestran satisfacción respecto a la composición del mismo, no sintiendo sabores extraños que los haga pensar que están usando ingredientes adulterados. Quienes han percibido lo contrario asocian también indicando que el producto lo han consumido días después de haber sido adquiridos, lo que probablemente determino ese gusto. Al ser productos perecibles se corre el riesgo de percibir ello.

CUADRO N°06
¿CUANDO ADQUIERE UN PRODUCTO , USTED LO CONSUME INMEDIATAMENTE ?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	CONSUMO EN LAS 24 HORAS DE ADQUIRIDO	93	74,4	74,4	74,4
	CONSUMO EN LAS PROXIMAS 48 HORAS DE ADQUIRIDO	30	24,0	24,0	98,4
	CONSUMO LUEGO DE LAS 48 HORAS DE ADQUIRIDO	2	1,6	1,6	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Realizadas
 Elaboración: Propia

GRAFICO N°06
¿CUANDO ADQUIERE UN PRODUCTO , USTED LO CONSUME INMEDIATAMENTE ?



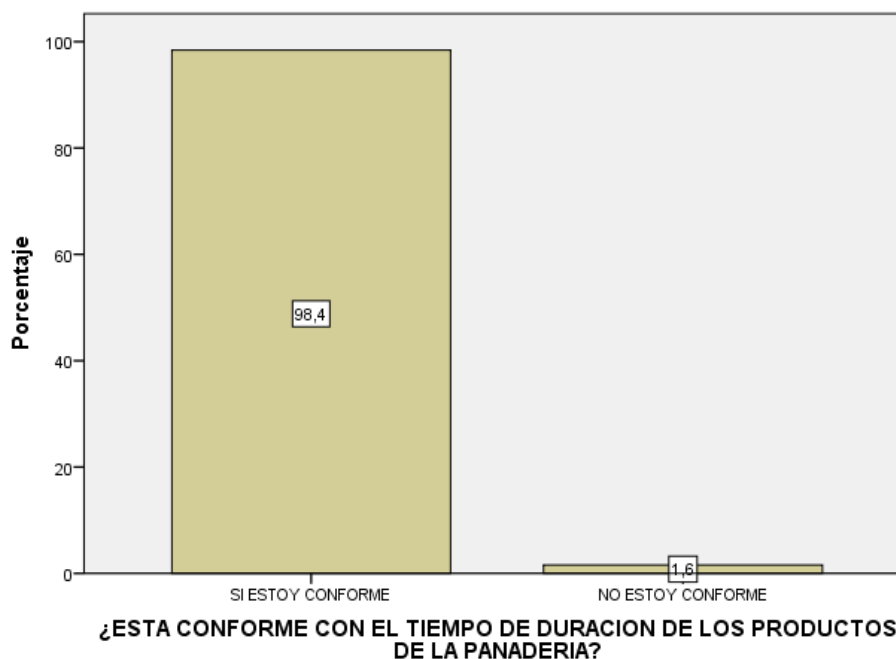
Interpretación, Para complementar lo descrito líneas arriba, hemos consultado a los clientes respecto a si ellos consumen inmediatamente los productos que adquiere en la Panadería. Las respuestas fueron las siguientes: el 74% manifestó que consume en las 24 horas de haber sido adquirido, el 24% sostiene que consume en las próximas 48 horas de adquirido, y 1.6% posterior a las 48%. Por lo genera los productos que son consumidos el mismo día son los panes, las tortas, y los bocaditos, también las tortas cuyo tiempo de duración es mayor a los demás productos también son consumidos en los próximos tres días, dado que se conservan refrigerado. Tal como mencionamos, los productos de la panadería son fungibles de corta duración, por lo que requiere ser consumido en el más breve plazo, caso contrario se malogran, o endurecen.

CUADRO N°07
¿ESTA CONFORME CON EL TIEMPO DE DURACION DE LOS PRODUCTOS DE LA PANADERIA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI ESTOY CONFORME	123	98,4	98,4	98,4
	NO ESTOY CONFORME	2	1,6	1,6	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Realizadas
 Elaboración: Propia

GRÁFICO N°07
¿ESTA CONFORME CON EL TIEMPO DE DURACION DE LOS PRODUCTOS DE LA PANADERIA?



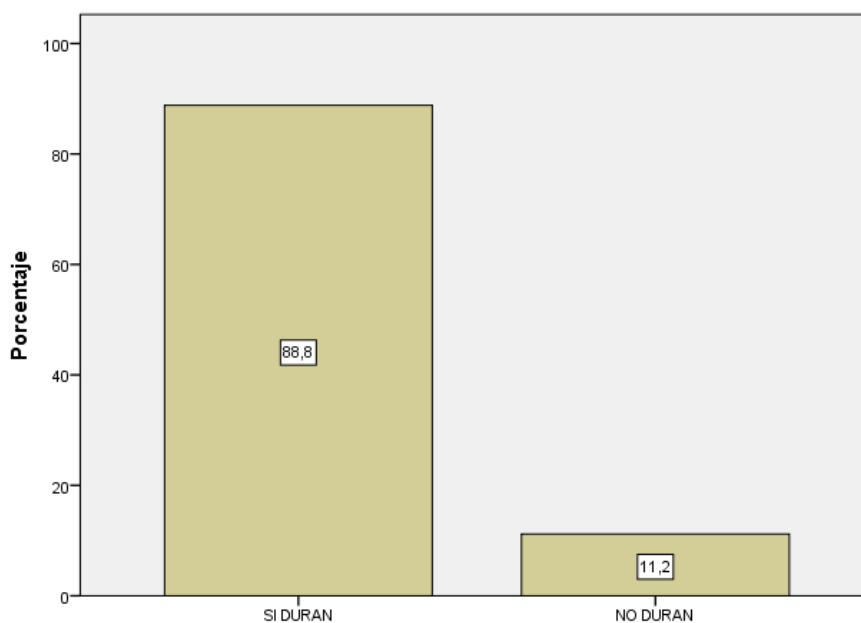
Interpretación, una de las preguntas hechas a los clientes respecto a los productos que adquiere en la panadería es si estos están conformes con la duración de los productos. Las tortas si están refrigeradas pueden durar, hasta cuatro días. En el caso de los panes al segundo día empiezan a endurecerse. Respecto a los lácteos, estos pueden conservarse más de 48 horas si están en la refrigerado. En el caso de los bocaditos estos se malogran antes de las 24 horas. Los clientes han manifestado en el cuadro y grafico anterior el 98.4% de conformidad con la duración de los productos de San Carlos, el 1.6% que no están conformes. Los clientes quienes han manifestado esta insatisfacción son quienes han adquirido bocaditos de carne y harina que se malograban antes de cumplir las 24 horas de producido.

CUADRO N°08
¿LA PANADERIA LE OFRECE PRODUCTOS CON ALTA DURABILIDAD?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI DURAN	111	88,8	88,8	88,8
NO DURAN	14	11,2	11,2	100,0
Total	125	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Realizadas
 Elaboración: Propia

GRAFICO N°08
¿LA PANADERIA LE OFRECE PRODUCTOS CON ALTA DURABILIDAD?



¿LA PANADERIA LE OFRECE PRODUCTOS CON ALTA DURABILIDAD?

Interpretación, Respecto a la opinión de los clientes por la durabilidad de los productos de San Carlos, la respuesta presentada en el gráfico N°08, puede ser asociada con la información obtenida en el gráfico N°07. Los productos que tiene la panadería pueden durar hasta más de 48 horas si se mantienen refrigerado, específicamente las tortas, en el caso de otros productos los consumidores entienden cuál es el tiempo de duración de cada uno de ellos. El 88.8% de clientes está de acuerdo con la duración de los productos, el 11.2% no está de acuerdo. Este último dato fue obtenido de clientes que mostraron su insatisfacción en el consumo de panes, pudiendo ver que estos se volvían duros en menos de tres horas de haber sido adquirido, ello les hace mostrar su disconformidad respecto a lo que compran en la panadería.

CUADRO N°09
¿PRECISE QUE PRODUCTOS DE LA PANADERIA SON ALTA DURABILIDAD?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
PANES	97	77,6	77,6	77,6
Válidos TORTAS	28	22,4	22,4	100,0
Total	125	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Realizadas
 Elaboración: Propia

GRAFICO N°09
¿PRECISE QUE PRODUCTOS DE LA PANADERIA SON ALTA DURABILIDAD?



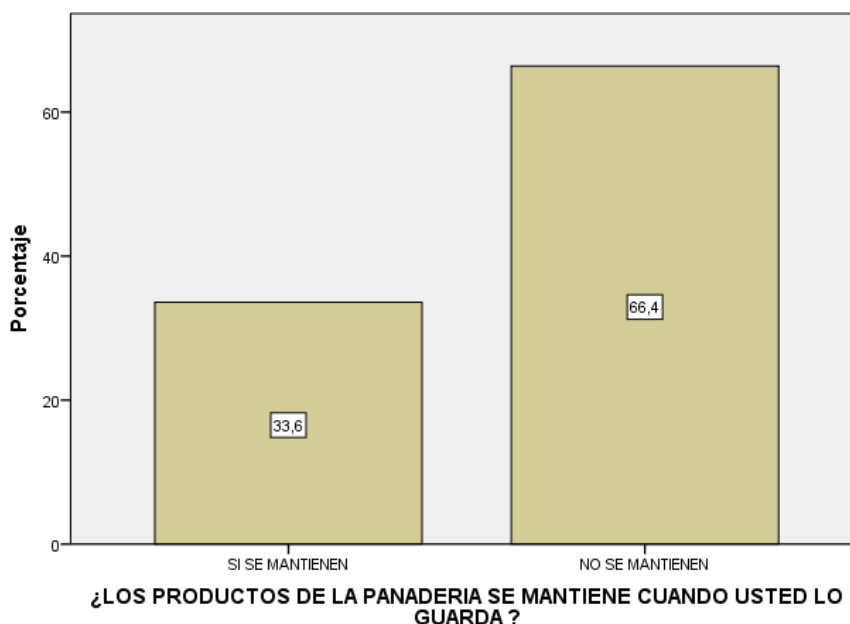
Interpretación, Las respuestas que podemos analizar es la opinión de los clientes respecto a que producto específicamente son de alta durabilidad. Sin duda, coinciden todos los clientes que los bocaditos hechos en base a carne no tienen duración dado que entran en proceso de descomposición de inmediato, sin embargo, a opinión si está en base a dos productos que son los panes y las tortas. El 77.6% consideran que los panes son de alta durabilidad, dado que estos son consumidos en las 24 horas de adquirido el producto. El 22.4% consideran que son las tortas los que se mantiene más tiempo gracias a la refrigeración que uno mismo le puede dar. Con esta información podemos verificar que los clientes son conscientes de los productos que adquieren.

CUADRO N°10
¿LOS PRODUCTOS DE LA PANADERIA SE MANTIENE CUANDO USTED LO GUARDA ?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI SE MANTIENEN	42	33,6	33,6	33,6
	NO SE MANTIENEN	83	66,4	66,4	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Realizadas
 Elaboración: Propia

GRAFICO N°10
¿LOS PRODUCTOS DE LA PANADERIA SE MANTIENE CUANDO USTED LO GUARDA?



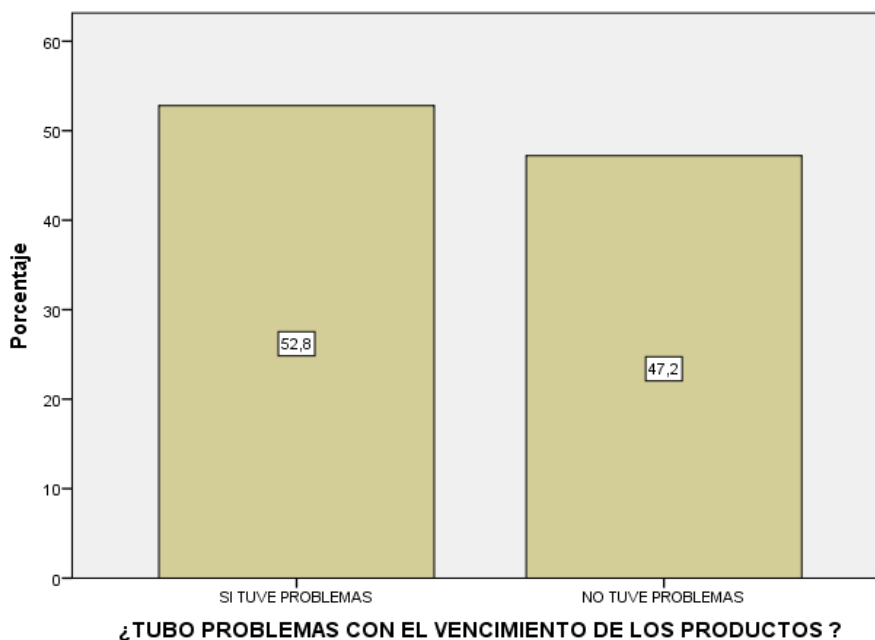
Interpretación, Lo que podemos determinar en el cuadro y gráfico anterior es la opinión de los clientes respecto a la opinión de los clientes si los productos de la panadería se mantienen cuando ellos lo refrigeran o lo guardan. El 33.6% considera que, si se mantienen, como en el caso de las tortas que pueden permanecer hasta tres días refrigerados, en el caso de los panes no tanto. Sin embargo, el 66.4% sostiene que después de las 48% horas las tortas ya no pueden ser consumidas dado que el sabor y aroma del chantillí llegan a fermentarse, por lo que no son aptos para el consumo. Confirman todos los clientes que un producto que no se puede guardar por que igual se malogran son los bocaditos hecho de carne, y los lácteos. En este sentido el periodo de durabilidad coincide con la expectativa que tienen los clientes.

CUADRO N°11
¿TUBO PROBLEMAS CON EL VENCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI TUVE PROBLEMAS	66	52,8	52,8	52,8
	NO TUVE PROBLEMAS	59	47,2	47,2	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Realizadas
Elaboración: Propia

GRAFICO N°11
¿TUBO PROBLEMAS CON EL VENCIMIENTO DE LOS PRODUCTOS?



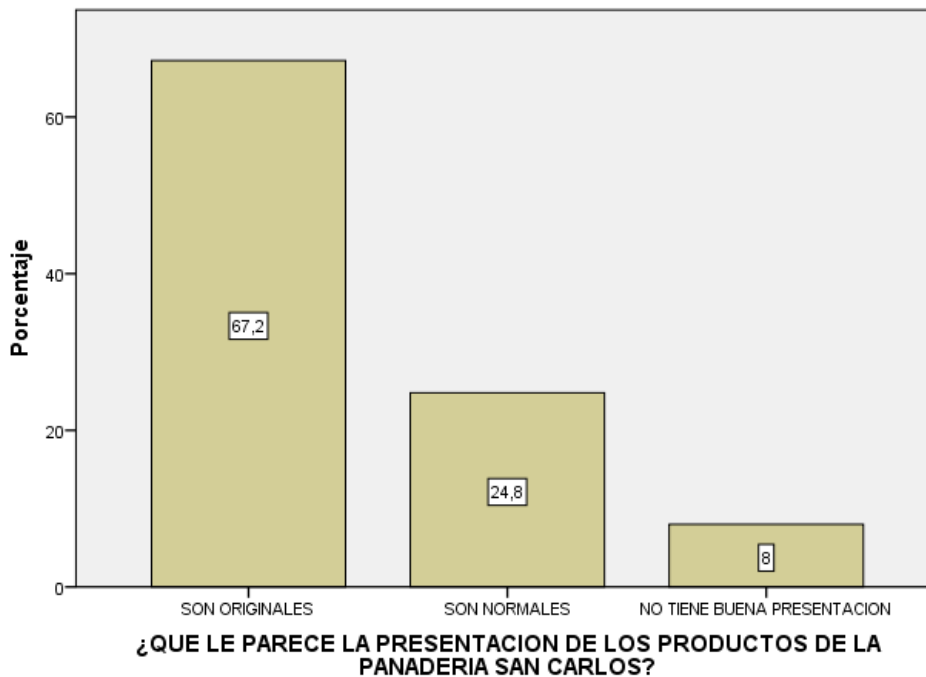
Interpretación, En esta sección hemos consultado a los clientes, si estos en alguna oportunidad han tenido problemas con la durabilidad de los productos de la panadería y pastelería San Carlos. El 52.8% sostuvo que no tuvieron problemas, que todos los productos adquiridos están en el rango que se tiene de durabilidad. El 47.2% sostiene que sí tuvieron problemas, específicamente con algunos panes, bocaditos, y tortas. La Panadería busca garantizar que los clientes no tengan estos problemas, advirtiendo que los productos deben ser consumidos antes de las 24 horas de haber sido adquiridos, dado que son alimentos y su durabilidad no es estándar para todos los productos, por lo que se debe entender de esta forma.

CUADRO N°11
¿QUE LE PARECE LA PRESENTACION DE LOS PRODUCTOS DE LA PANADERIA SAN CARLOS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SON ORIGINALES	84	67,2	67,2	67,2
	SON NORMALES	31	24,8	24,8	92,0
	NO TIENE BUENA PRESENTACION	10	8,0	8,0	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Realizadas
 Elaboración: Propia

GRAFICO N°11
¿QUE LE PARECE LA PRESENTACION DE LOS PRODUCTOS DE LA PANADERIA SAN CARLOS?



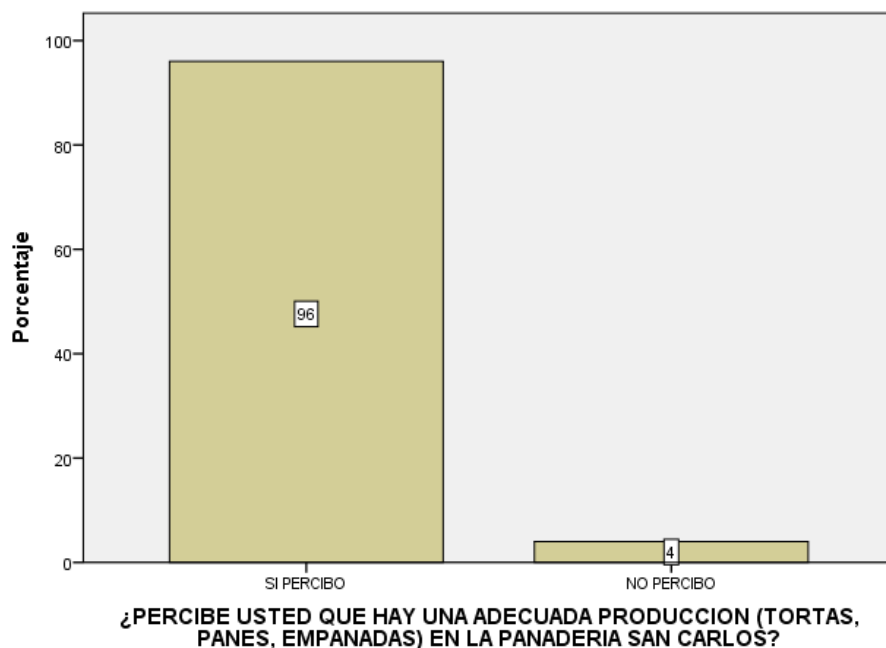
Interpretación, La Panadería y Pastelería San Carlos este último año viene desarrollando inversión para mejorar la imagen empresarial que tiene, en ese sentido ha mejorado su infraestructura, la receptibilidad hacia los clientes con una mejor presentación de sus trabajadores. En ese marco hemos consultado a los clientes que les parece la presentación de los productos de la panadería. 67.2% sostienen que son originales, 24.8% que son normales, 8% que no tienen buena presentación. Respecto al producto que tiene mayor atención son las tortas, en este producto hay una inversión importante dado que tienen sus propias cajas para la venta a los clientes, los otros productos son vendidos en bolsas normales.

CUADRO N°12
¿PERCIBE USTED QUE HAY UNA ADECUADA PRODUCCION (TORTAS, PANES, EMPANADAS) EN LA PANADERIA SAN CARLOS?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI PERCIBO	120	96,0	96,0	96,0
	NO PERCIBO	5	4,0	4,0	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Realizadas
 Elaboración: Propia

GRAFICO N°12
¿PERCIBE USTED QUE HAY UNA ADECUADA PRODUCCION (TORTAS, PANES, EMPANADAS) EN LA PANADERIA SAN CARLOS?



Interpretación, hemos consultado a los clientes respecto a si consideran que la Panadería tiene buena producción. La respuesta que hemos obtenido muestra que el 96% de clientes considera que hay buena producción dado que en el caso de las tortas se venden a cada rato, demostrando que hay una gran demanda. El 4% considera que no hay una buena producción. Los productos propios de la panadería tienen producción a escala en la Panadería, lo que puede ser demostrado visiblemente en las vitrinas de la empresa, en donde el cliente puede escoger el producto que mejor le convenga para adquirirlo.

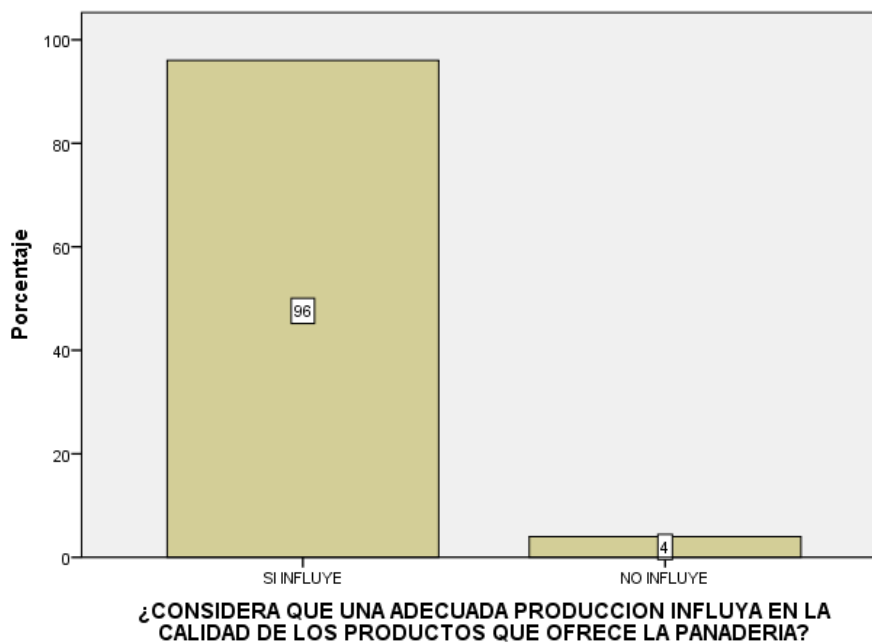
La empresa cuenta con una planta que garantiza la producción en el corto plazo de la demanda huanuqueña.

CUADRO N°13
¿CONSIDERA QUE UNA ADECUADA PRODUCCION INFLUYE EN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE LA PANADERIA?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI INFLUYE	120	96,0	96,0	96,0
	NO INFLUYE	5	4,0	4,0	100,0
	Total	125	100,0	100,0	

Fuente: Encuestas Realizadas
 Elaboración: Propia

CUADRO N°13
¿CONSIDERA QUE UNA ADECUADA PRODUCCION INFLUYE EN LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS QUE OFRECE LA PANADERIA?



Interpretación, finalmente hemos consultado a los clientes si estos consideran que una adecuada producción influye en la calidad de los productos de la panadería. El 96% considera que, si hay una influencia, dado que en esta etapa se debe considerar estándares adecuados para el uso de insumos que hagan el producto de calidad tal como requiere el mercado. Frente a esto, apenas el 4% considera que no hay esa influencia, que la producción tanto de tortas, panes y empanadas es independientemente del sistema productivo de la empresa. La empresa considera esta apreciación, por lo que ha establecido estándares adecuados para implementar en su planta de producción, donde se guardan los cuidados respectivos para obtener productos de calidad.

4.2. Entrevista en materia de Gestión Logística hecha a los trabajadores de la Panadería y Pastelería San Carlos

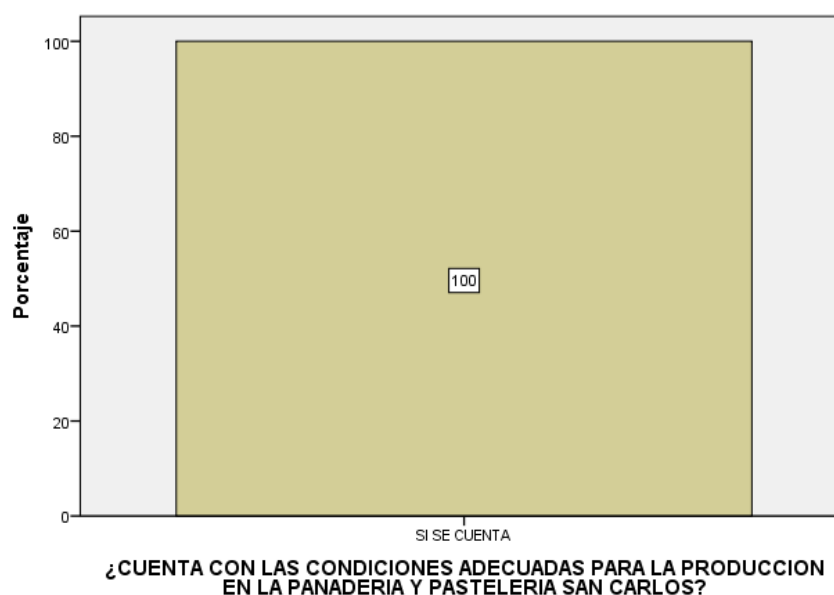
CUADRO N°14
¿CUENTA CON LAS CONDICIONES ADECUADAS PARA LA PRODUCCION EN LA PANADERIA Y PASTELERIA SAN CARLOS?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI SE CUENTA	33	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaboración: Propia

GRAFICO N°14
¿CUENTA CON LAS CONDICIONES ADECUADAS PARA LA PRODUCCION EN LA PANADERIA Y PASTELERIA SAN CARLOS?



Análisis, Se ha hecho la pregunta a los trabajadores si cuentan con las condiciones adecuadas para la producción. El 100% de trabajadores sostuvo que sí. Tal como se pudo verificar, la empresa ha hecho una importante para acondicionar su planta de producción, y sus áreas de comercialización para la venta de los productos que ofrece. Se considerada estructura, funcionalidad, y sobre todo infraestructura en cada nivel del edificio en el que se encuentra ubicado actualmente la panadería. Esta distribución está hecha bajo los estándares que exigen los organismos públicos de salud que regulan esta actividad en el mercado local, garantizando los permisos necesarios para la producción.

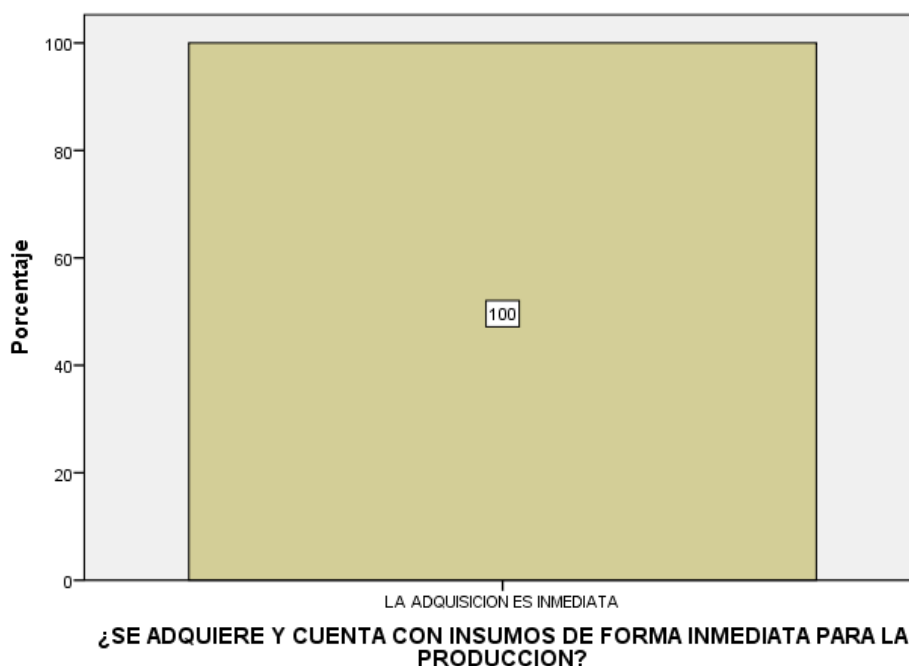
CUADRO N°15
¿SE ADQUIERE Y CUENTA CON INSUMOS DE FORMA INMEDIATA PARA LA PRODUCCION?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos LA ADQUISICION ES INMEDIATA	33	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaboración: Propia

GRAFICO N°15
¿SE ADQUIERE Y CUENTA CON INSUMOS DE FORMA INMEDIATA PARA LA PRODUCCION?



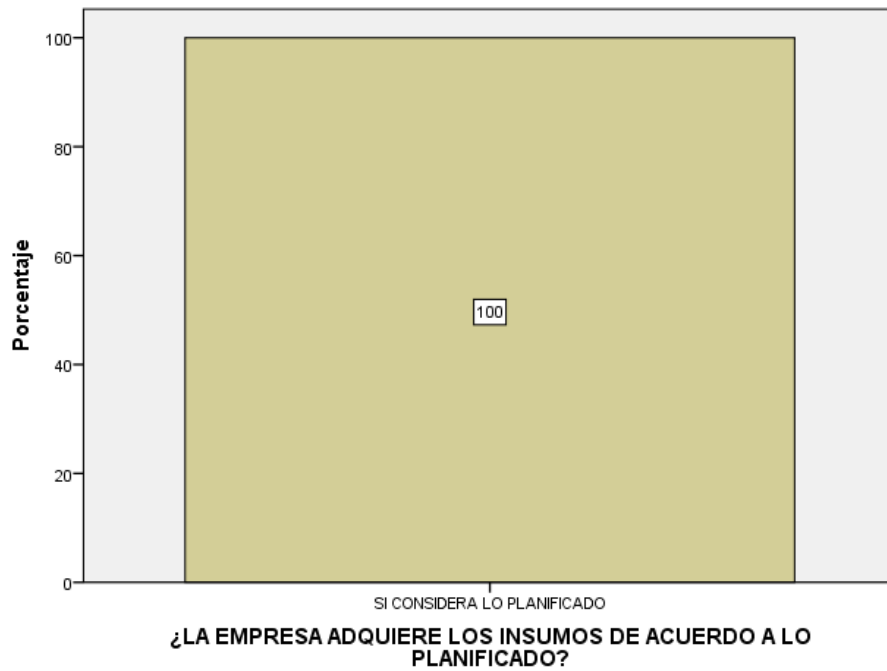
Análisis, La segunda pregunta hecha es si la panadería adquiere de forma inmediata los insumos para la producción. Al respecto, el 100% de trabajadores han manifestado que la adquisición es inmediata. Para ello se ha encargado dicha responsabilidad a la Sra. Victoria Cruz Cortez quien maneja o gerencia la parte logística. Tras diálogo con los trabajadores han manifestado que hay dos principios entendido en las capacitaciones recibidas, en primer lugar la calidad de los insumos, y segundo los costos que deben de estar de acuerdo al mercado, en ese sentido hay una preocupación responsable de proveer en forma oportuna los insumos para la producción de tortas, empanadas, bocaditos, entre otros que expende la panadería.

CUADRO N°16
¿LA EMPRESA ADQUIERE LOS INSUMOS DE ACUERDO A LO PLANIFICADO?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	SI CONSIDERA LO PLANIFICADO	33	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas Realizadas
 Elaboración: Propia

GRAFICO N°16
¿LA EMPRESA ADQUIERE LOS INSUMOS DE ACUERDO A LO PLANIFICADO?



Análisis, En esta pregunta los trabajadores de la panadería nos han manifestado que el propietario planifica la adquisición de insumos, al inicio de cada semana con el área de logística, el mismo que es consultado a todos los trabajadores, incluso los que laboran en la parte comercial de la empresa. Al respecto el 100% de trabajadores manifestaron que los gerentes garantizan la adquisición de insumos de acuerdo a lo que establece las áreas de producción en la Panadería. Tal como mencionamos en la pregunta anterior los empresarios garantizan la adecuada provisión de insumos, solo ello puede permitir la atención oportuna de la demanda de sus diferentes productos. La Panadería ha logrado desarrollar un sistema logístico maduro.

CUADRO N°17

¿CUENTA LA EMPRESA CON UN LUGAR ADECUADO PARA EL ALMACENAMIENTO DE LOS INSUMOS?

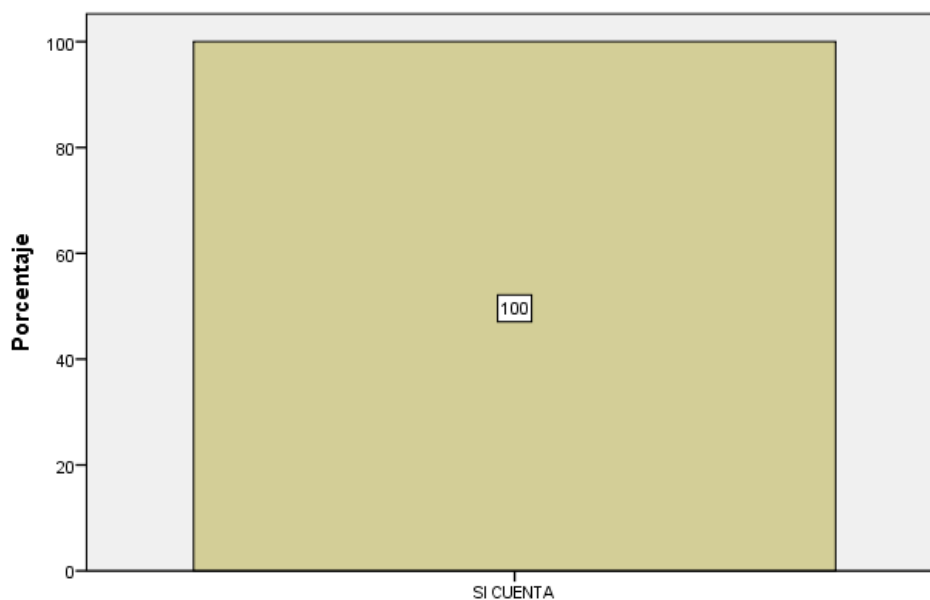
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI CUENTA	33	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaboración: Propia

GRAFICO N°17

¿CUENTA LA EMPRESA CON UN LUGAR ADECUADO PARA EL ALMACENAMIENTO DE LOS INSUMOS?



¿CUENTA LA EMPRESA CON UN LUGAR ADECUADO PARA EL ALMACENAMIENTO DE LOS INSUMOS?

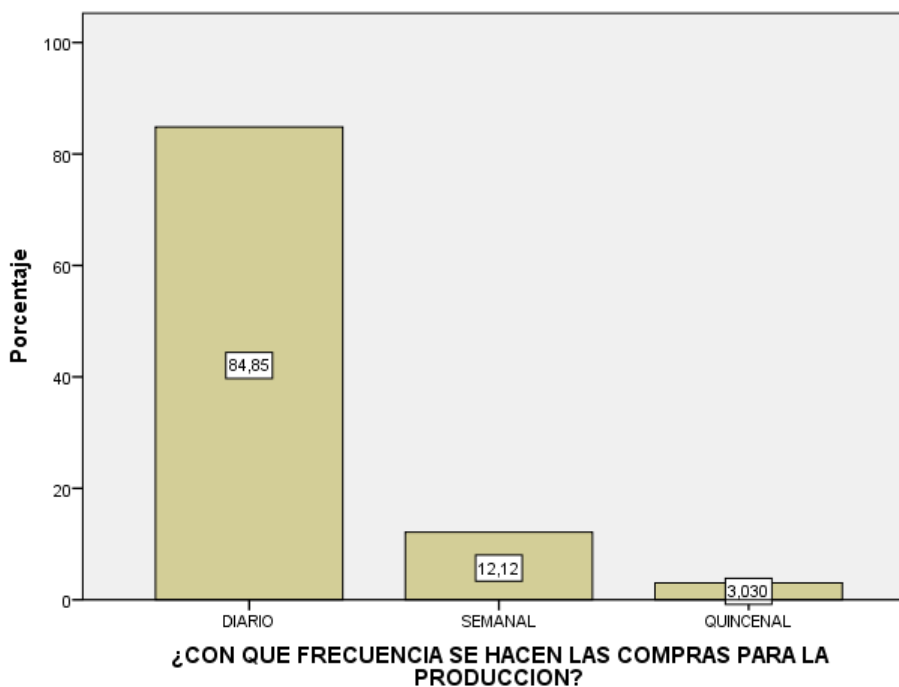
Análisis, La empresa en los últimos dos años ha acondicionado su infraestructura para no generar condiciones desfavorables para la producción. Ha invertido para habilitar los pisos tres y cuatro para poder almacenar los insumos, la producción del día como es el caso de las tortas. El 100% de trabajadores reconocen que si hay un lugar adecuado para poder almacenarlo. Sostuvieron que hace dos años no tenían esas condiciones y los insumos como la harina estaban en diferentes niveles de la empresa, generando desorden, y alterando el clima de trabajo entre todos. Los empresarios entendieron que cada cosa debe estar en su lugar para poder ubicarlo oportunamente al momento que la producción requiera. En el cuarto piso hay un conservador para mantener fresco las tortas,

CUADRO N°18
¿CON QUE FRECUENCIA SE HACEN LAS COMPRAS PARA LA PRODUCCION?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	DIARIO	28	84,8	84,8
	SEMANAL	4	12,1	97,0
	QUINCENAL	1	3,0	100,0
	Total	33	100,0	100,0

Fuente: Encuestas Realizadas
 Elaboración: Propia

GRAFICO N°18
¿CON QUE FRECUENCIA SE HACEN LAS COMPRAS PARA LA PRODUCCION?



Análisis, En esta pregunta hemos consultado a los trabajadores respecto a la frecuencia de compra de los insumos para la producción en la Panadería. El 84.8% manifestó que es diarios, sobre todos los insumos para las tortas, como son los huevos y productos para el decorado. El 12.2% considera que es semanal, referido a insumos como harina, preservantes y otros. 3% sostienen que hay compras que se hacen en forma quincenal. La empresa cuenta con proveedores definidos como por ejemplo la Calera, y otros proveedores de mezclas para las tortas, ellos les hacen llegar oportunamente los insumos que se requiere. Respecto a productos para el relleno de empanadas estos son diarios.

CUADRO N°19
¿CUÁNDO SE REQUIERE DE INSUMOS ES DE INMEDIATO EL PROCESO DE COMPRA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos LA COMPRA ES INMEDIATA	33	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaboración: Propia



Análisis, Hay situaciones en la empresa que requieren decisiones inmediatas para adquirir insumos. Por ejemplo, cuando hay demanda de las instituciones públicas por bocaditos para atender a un número importante de personas, en ese sentido, la empresa tiene un fondo para atender de inmediato el requerimiento. El 100% de trabajadores reconocen esa capacidad que tiene las empresas, y muchas veces la decisión es confiada a ellos mismos, para que `puedan hacer las compras respectivas. En el caso descrito se están identificando proveedores, dado que es un nuevo producto en a panadería, que se está implementando en aras de diversificar la oferta en la panadería. Hay una atención oportuna, por ende, la empresa está preparada para atender estas eventualidades.

CUADRO N°20
¿CUENTA LA EMPRESA CON UN ADECUADO TRASLADO DE SUS PRODUCTOS?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI CUENTA	33	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaboración: Propia

GRAFICO N°20
¿CUENTA LA EMPRESA CON UN ADECUADO TRASLADO DE SUS PRODUCTOS?



Análisis, El 100% de trabajadores considera que la empresa cuenta con medios adecuados para su traslado. En primer lugar, considerando que los almacenes se encuentran en el tercer y cuarto piso, hay medios adecuados para poder trasladar los insumos al quinto piso, donde se produce todos los productos de la panadería. Así mismo, los trabajadores reconocen que la empresa cuenta con vehículos para trasladar los productos a sus sedes, o a empresas que requieren el servicio de producción de tortas. Este traslado es parte de la política de desarrollo que tiene la panadería cuyo compromiso es desarrollar un ambiente adecuado que no genere contratiempos al momento de atender una demanda adecuada en el mercado en el que se desempeña. Estos métodos de traslado ya han sido implementados hace un poco más de un año.

CUADRO N°21
¿EL SERVICIO DE COMERCIALIZACION ES EL ADECUADO PARA LA OFERTA DE PRODUCTOS?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI ES EL ADECUADO	33	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaboración: Propia

GRAFICO N°21
¿EL SERVICIO DE COMERCIALIZACION ES EL ADECUADO PARA LA OFERTA DE PRODUCTOS?



Análisis, hemos consultado si los trabajadores consideran que el sistema de comercialización es el adecuado, al respecto, el 100% nos han manifestado que es el adecuado, dada que las ventas son adecuadas y de forma directa en el primer piso. El sistema que se ha definido en la empresa es primero el pago, y luego el expendió del producto. Considera también la empresa el sistema delivery en el caso de las tortas, ello es un servicio que viene implementando actualmente. Un aspecto fundamental en la cobranza considera el pago con dinero plástico conocido así a las tarjetas de créditos con los que cuentan los clientes. Para desarrollar adecuadamente este sistema hay constantes capacitaciones de los trabajadores, dado que todos pueden reemplazar en esta área cuando así se requiera, tal como sucede en el día de la madre, el padre, etc.

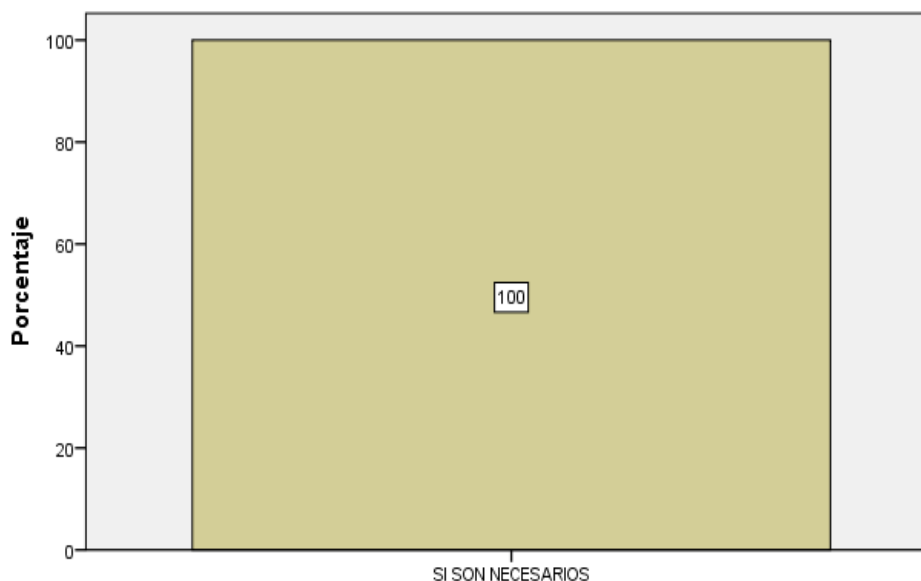
CUADRO N°22
¿CONSIDERA QUE EL PROCESO DE COMPRA DE INSUMOS, ¿DE PRODUCCION Y DE
COMERCIALIZACION SON NECESARIOS PARA QUE EL PRODUCTO SEA DE CALIDAD
(TORTAS, PANES)?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI SON NECESARIOS	33	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaboración: Propia

GRAFICO N°22
¿CONSIDERA QUE EL PROCESO DE COMPRA DE INSUMOS, ¿DE PRODUCCION Y DE
COMERCIALIZACION SON NECESARIOS PARA QUE EL PRODUCTO SEA DE CALIDAD (TORTAS,
PANES)?



¿CONSIDERA QUE EL PROCESO DE COMPRA DE INSUMOS, DE
PRODUCCION Y DE COMERCIALIZACION SON NECESARIOS PARA QUE EL
PRODUCTO SEA DE CALIDAD (TORTAS, PANES)?

Análisis, El 100% de los trabajadores de la panadería consideran que es importante el proceso de compra de los insumos. Más aun siendo una empresa que se dedica a la constante transformación para obtener sus productos terminados. Estos insumos sostienen los trabajadores deben ser también los adecuados para que el producto sea de calidad como son las mezclas BAKEL, socio estratégico de la panadería que apuesta como una industria joven en la ciudad de Huánuco. estas asociaciones son fundamentales para tener productos de calidad en la empresa. ya son dos años en esta relación.

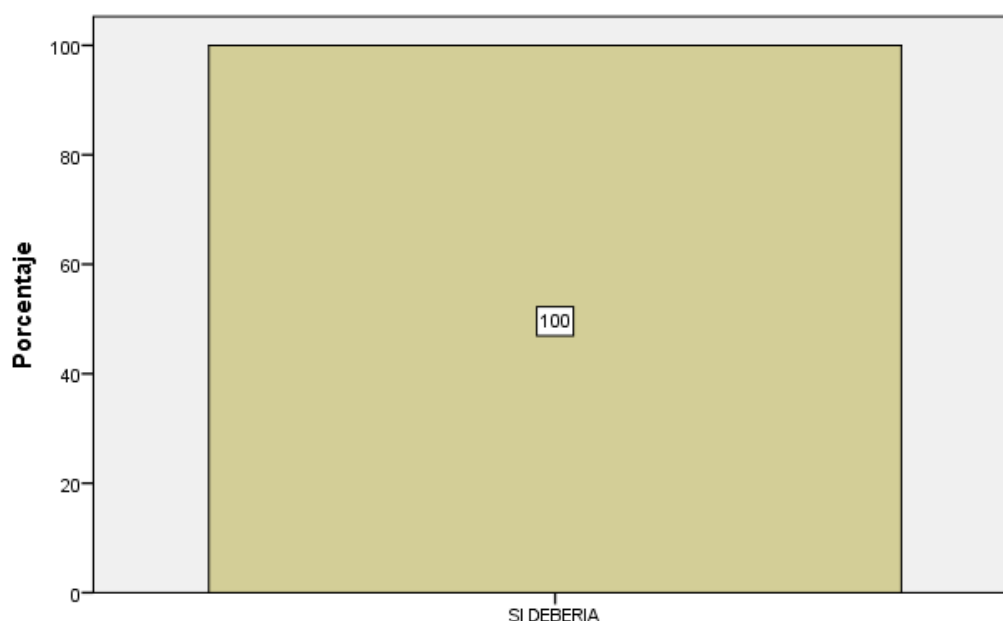
CUADRO N°23
¿DEBERIA LA EMPRESA CAPACITAR CONSTANTEMENTE A LOS TRABAJADORES PARA GARANTIZAR UNA PRODUCCION ADECUADA?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos SI DEBERIA	33	100,0	100,0	100,0

Fuente: Encuestas Realizadas

Elaboración: Propia

GRAFICO N°23
¿DEBERIA LA EMPRESA CAPACITAR CONSTANTEMENTE A LOS TRABAJADORES PARA GARANTIZAR UNA PRODUCCION ADECUADA?

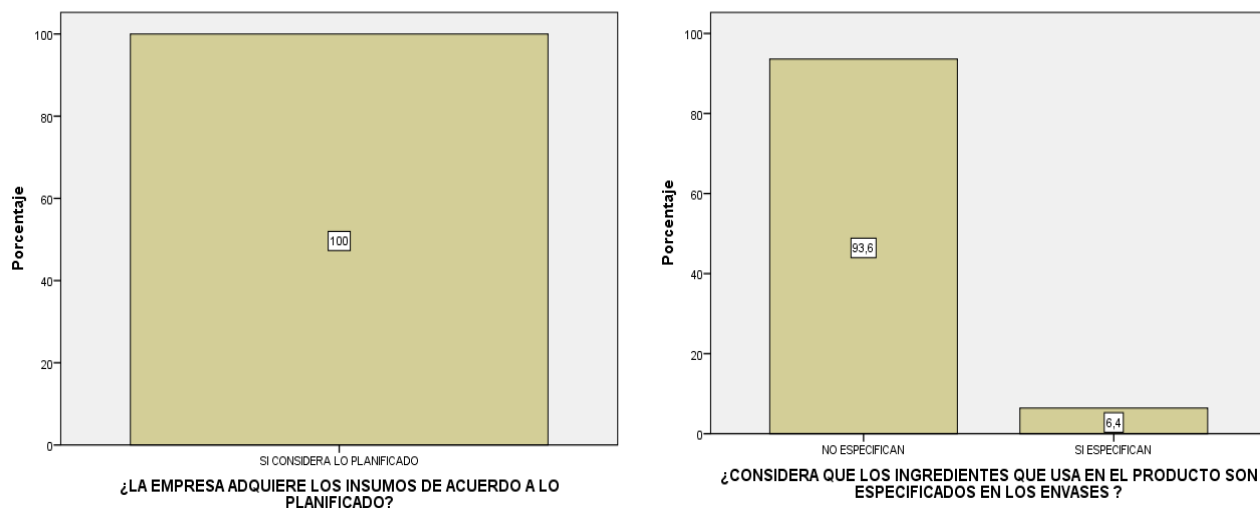


¿DEBERIA LA EMPRESA CAPACITAR CONSTANTEMENTE A LOS TRABAJADORES PARA GARANTIZAR UNA PRODUCCION ADECUADA?

Análisis, Finalmente se ha consultado a los trabajadores si ellos consideran que la capacitación es necesaria. Efectivamente, el 100% de los trabajadores consideran que si las capacitaciones son importantes. Los propietarios de la panadería han entendido ello, y constantemente los capacita. La ultima capacitación que tuvieron es en Buenas Prácticas de Manufactura desarrollada por el Ministerio de la Producción, así mismo, los trabajadores del área comercial han participado en talleres de ventas que ayudan a entender la importancia de los clientes. Esta capacitación ahora es presupuestada en la panadería dada su importancia. Bakel capacita a los trabajadores del área de producción.

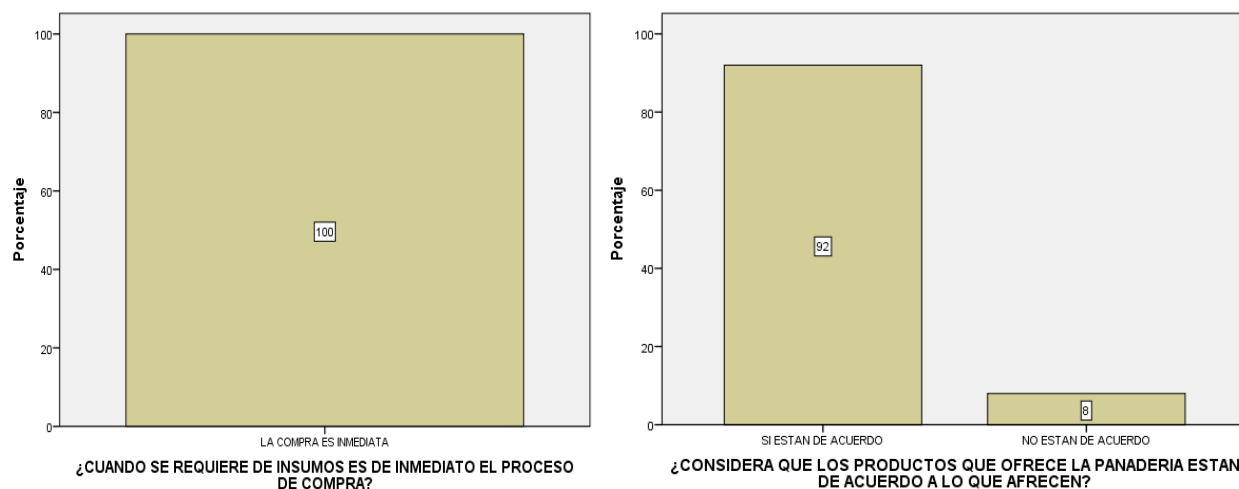
4.3. Contrastación de Hipótesis

“La logística de entrada influye significativamente en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016”



Los gráficos anteriores nos muestran la relación que existe entre un indicador de la dimensión Logística de entrada de la gestión logística, con un indicador de la Fiabilidad. Los que podemos observar es que la empresa Panificadora San Carlos, adquiere los insumos de acuerdo a lo planificado tomando en cuenta el requerimiento de las diferentes unidades de producción, debiendo estas ser de acuerdo a los estándares que requiere para contar con un buen producto. El 100% de trabajadores sostiene que hay una adecuada compra de insumos en la panadería, y esto influye en la opinión de los consumidores quienes opinan que efectivamente que los ingredientes aparentemente son los adecuados en esta empresa. De esta forma podemos inferir que efectivamente hay una influencia en la logística de entrada de la panadería San Carlos con la calidad de los productos que ofrece en la tienda, ello en opinión sustentada de los clientes que tienen. La influencia es positiva, dado que al usar productos adecuados los productos serán los mejores.

“La logística de procesos influye significativamente en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016”

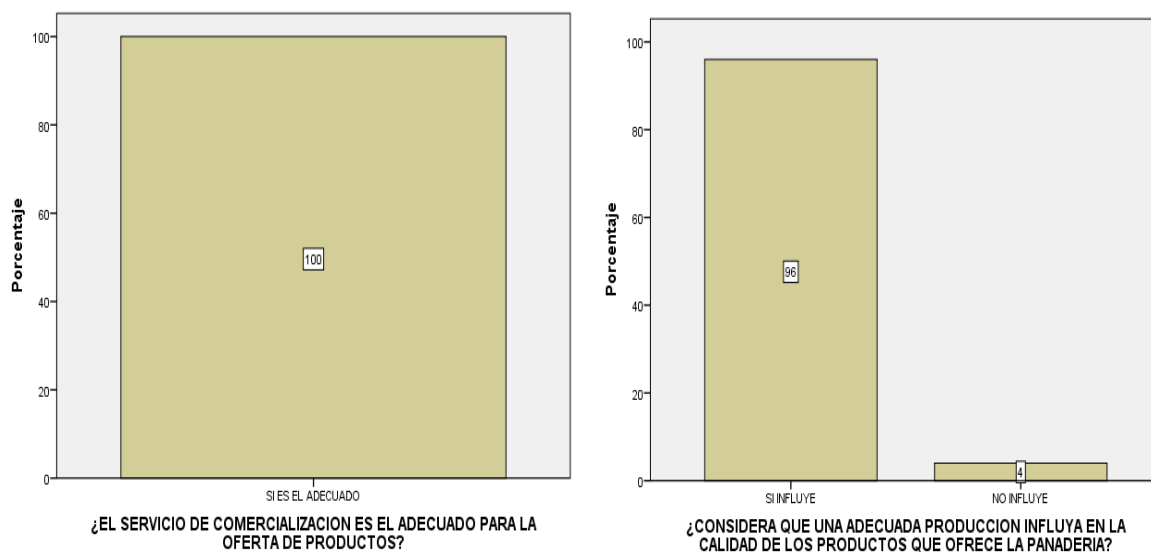


Los gráficos anteriores nos van a permitir explicar la influencia que existe entre la logística de procesos y la calidad del producto a partir de las dimensiones que tiene cada uno de ellos.

Al respecto, podemos observar que las diferentes unidades de producción de la panadería cuentan al 100% con los insumos que requiere. Así ha sido manifestado por los trabajadores de la empresa. Esto les permite atender de inmediato la demanda que tienen los clientes respecto a los productos que va ofrecer, y estos son coherentes con lo que promete la empresa. El 92% de clientes sostiene que la empresa si percibe una oferta adecuada, encontrando lo requerido al momento de ser solicitado. De esta forma podemos inferir que hay una influencia en la logística de procesos, con la calidad del producto, cuya oferta es adecuada y en el momento. La influencia es positiva.

Contar con insumos permite garantizar la expectativa que tienen los clientes en la empresa, quienes buscan los productos que están promocionando a través de las redes sociales, y otros medios de comunicación.

“La logística de salida influye Significativamente en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016”

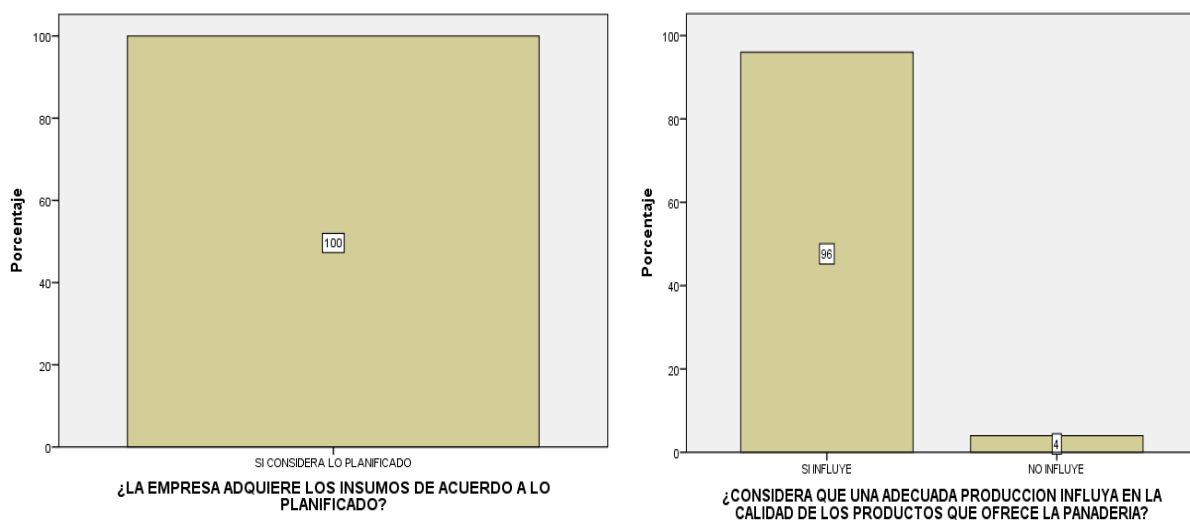


En esta sección podemos analizar la influencia que hay entre un adecuado servicio, que es parte de la producción que ofrece la Panadería con la opinión de los clientes respecto a la calidad. Al respecto podemos precisar que el 100% de trabajadores sostuvo que, si están de acuerdo con el sistema de comercialización, precisando que eso permite una colocación adecuada de los productos a los clientes. La relación que tiene la empresa es cara a cara, y de esta forma busca que fidelizarlos. Efectivamente son los clientes que nos dicen que el sistema de producción y comercialización son parte de la calidad, y ellos perciben efectivamente que hay ello en la empresa.

De esta forma podemos indicar la influencia que existe en la logística de salida, y la calidad de los productos de la panadería y pastelería san Carlos.

Habiendo corroborado las tres hipótesis específicas planteadas podemos iniciar el proceso de contrastación de la hipótesis general, cuyas dimensiones permiten medir esa influencia que se explica descriptivamente para este trabajo, y que se hace a continuación.

“La gestión logística influye significativamente en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la Ciudad de Huánuco 2016”



La provisión adecuada de los insumos para la producción permite que la panadería asegure la producción de panes, tortas, bocaditos, lácteos, entre otros. Esta atención a la producción se hace oportunamente gracias al sistema implementado por la misma empresa, el cual es percibida por el 100% de los trabajadores. La finalidad no solo es mejorar el posicionamiento de la empresa, sino también, es la fidelización que se busca tener con los clientes frecuentes.

Si bien es cierto, el producto estrella de la empresa son las tortas, esto no excluye una atención integral en todos los aspectos.

El 92 % de clientes considera que, si hay una influencia entre la logística y la calidad, dado que ellos no comprarían en la panadería si este no es atendido oportunamente, por todo el sistema.

De esta forma podemos confirmar la influencia que hay entre la gestión logística, y la calidad del producto, dado que la variable independiente asegura los insumos necesarios para ello.

CAPITULO V

DISCUSION DE RESULTADOS

5. Discusión de Resultados

5.1. Respecto a la Gestión Logística

(FIGUEROA, 2000), en su libro la Gestión Logística en el Nuevo Milenio sostiene que ***“esta materia es el conjunto de conocimientos, acciones y medios destinados a prever y proveer los recursos necesarios que posibiliten realizar una actividad principal en tiempo, forma y al costo más oportuno en un marco de productividad, y calidad”*** en este contexto teóricamente se ha definido a la logística en tres dimensiones, logística de entrada, logística de procesos, logística de salidas.

Muchos han sido los investigadores que han estudiado este tema en relación a otras variables propias de la empresa, como por ejemplo (CAMPOS SANTAMARIA, 2015) en su tesis titulada la Administración Logística y la Rentabilidad en la Empresa Mega Inversiones S.R.L. sostiene que la logística influye significativamente de manera positiva en la empresa determinando la rentabilidad gracias a los resultados obtenidos.

Así mismo, los resultados que hemos obtenido entrevistando a los trabajadores de la Panadería y Pastelería San Carlos han demostrado que el 100% de trabajadores perciben una adecuada gestión logística, orientada a atender la constante demanda de calidad de los productos que tienen los clientes. En ese contexto, específicamente los trabajadores han manifestado que tienen insumos adecuados, cuentan con estos insumos cuando la

producción lo requiera, atienden demandas no previstas en la empresa entre otros, todos ellos en respuestas al 100%.

En este contexto el Investigador entiende a partir de los resultados y la teoría, que efectivamente la gestión logística es fundamental para asegurar la calidad de los productos en la Panadería, sin los insumos adecuados, ni la voluntad e interés del propietario, no sería posible el acondicionamiento efectivo de este sistema para lograr los productos deseados. En ese marco entiéndase que la logística es fundamental para empresas de estas características, dada su constante demanda de insumos de alta calidad que debe tener.

5.2. Respecto a la Calidad

(TORRES, 2006) en su libro Logística y Costos, sostiene que la calidad es un conjunto de características, o propiedades inherentes, que tiene un producto o servicio, las cuales satisfacen las necesidades del cliente, las mismas que se ven reflejadas en una sensación de bienestar, de complacencia. En el caso de los productos tangibles, las dimensiones que se superponen en la definición de calidad está en base a cuatro puntos de vista. Encontrando dentro de ellos la fiabilidad de los clientes, durabilidad, calidad percibida entre otros aspectos. El alcance de esta teoría en las empresas engloba a todos los sectores productivos, demostrando los autores los atributos que debe poseer cada producto para atender las necesidades y dejar plenamente satisfecho a los clientes.

A partir de este entendimiento, los clientes de la panadería y pastelería San Carlos han identificado el interés que tiene la empresa por ofrecer productos de calidad. Por ejemplo, el cuadro N°05, sostiene que los clientes perciben un adecuado uso de ingredientes en la producción de tortas, panes, entre otros, 93% percibe ello, así mismo, la panadería, ofrece en parecer de los clientes productos cuya originalidad los hace destacar de entre otras empresas del mismo rubro, ello podemos verificar en el cuadro N°11, donde el 67% de clientes manifiesta ello. Finalmente son los mismos clientes los que entienden de acuerdo a su oferta que hay una adecuada producción en la panadería San Carlos, 96% considera ello.

En opinión del investigador, la calidad depende de la voluntad de la empresa para enriquecer su producción con una adecuada logística, entendiendo que esta debe proveer los insumos necesarios para obtener estos resultados. Los clientes, tienen satisfacción siempre y cuando lo que consumen este elaborado de acuerdo a lo que demanda su paladar, su vista. Por ende, es fundamental desarrollar estos sistemas, y es la panadería un claro ejemplo de compromiso asumido para lograr integrar no solo la voluntad de sus propietarios, sino también el esfuerzo de sus trabajadores durante estos años.

Efectivamente, al no haber una adecuada gestión logística, no va ser posible el desarrollo de estos productos de calidad, evitando que los clientes perciban esa satisfacción.

CONCLUSIONES

1. La logística de entrada influye significativamente de manera positiva en la calidad de los productos de la Panadería y Pastelería San Carlos de la ciudad de Huánuco. Ello ha quedado demostrado dado que el 100% de trabajadores certifican que cuentan con los insumos de acuerdo a lo planificado, y el 93% de clientes reconoce que los productos tienen insumos adecuados.
2. La logística de procesos influye significativamente de manera positiva en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la ciudad de Huánuco. Ello ha quedado demostrado cuando el 100% de trabajadores refiere que cuenta con los insumos necesarios de forma inmediata, y el 92% de clientes entiende que los productos que ofrece la panadería están en función a su expectativa.
3. La Logística de Salida, influye significativamente de manera positiva en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la ciudad de Huánuco. Ello ha quedado demostrado cuando el 100% de trabajadores considera que los sistemas de producción y comercialización son adecuados, y los clientes el 96% sostiene que hay una adecuada producción en la panadería.
4. La Gestión Logística influye significativamente en la calidad de los productos en la Panadería San Carlos de la ciudad de Huánuco 2016. Ello queda demostrado cuando el 100% de trabajadores considera el uso adecuado de insumos para la producción y el 96% de clientes considera que los productos de San Carlos son adecuados.

RECOMENDACIONES

1. Confirmar alianzas con proveedores nacionales para la provisión de harinas, azúcares, y otros insumos que requiere la panadería dado que los proveedores locales no cuentan con insumos estándar que requiere la producción de tortas, panes y otros.
2. Formular documentos de gestión en el que se establezca los procedimientos de producción estandarizados, de esta forma se garantizara productos de calidad sin depender de las personas que laboren en el área.
3. Fomentar los sistemas comercialización Delivery para hacer llegar a los clientes que así lo demandan productos como tortas, bocaditos, entre otros que produce la empresa. Así mismo, se debe alquilar un POS para el sistema de cobranza con tarjeta para los envíos Delivery que haga la empresa, esto le permitirá aumentar su rentabilidad.
4. Establecer un perfil estandarizado para las personas que van a desarrollar el trabajo logístico en la empresa, definiendo sus funciones en los documentos de gestión de la empresa. De esta forma se garantizará una gestión eficiente en la Panadería y Pastelería.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- ❖ AMIQUERO, J. S. (2015). DOCUMENTOS DE GESTION DE LA PANADERIA SAN CARLOS. HUANUCO: SANCARLOS.
- ❖ BALLOU, R. H. (2004). LOGISTICA: ADMINISTRACION DE LA CADENA DE SUMINISTRO. MEXICO: PEARSON EDUCACION.
- ❖ CAMPOS SANTAMARIA, A. E. (2015). LA ADMINISTRACION LOGÍSTICA Y LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA MEGA INVERSIONES S.R.L. HUANUCO. HUANUCO: UNIVERSIDAD DE HUANUCO.
- ❖ CASANOVAS, A. (2003). LOGISTICA EMPRESARIAL. BARCELONA: GESTION2000.
- ❖ FIGUERA, D. S. (2000). LA LOGISTICA EMPRESARIAL EN EL NUEVO MILENIO. BARCELONA: GETSION 2000.
- ❖ GERARDO AVENDAÑO PRIETO - JOSE MARTIN DIAZ PULIDO. (2013). SISTEMA DE GETSION DE LA LOGISTICA INVERSA EN EL SECTOR DE LA REFRIGERACION EN LA CIUDAD DE BOGOTA. BOGOTA COLOMBIA: REVISTA ONAIRE.
- ❖ GRACIELA ISABEL CALDERON ALVAREZ - AURI SELEBE CORNETERO SYBATE. (2014). A) EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA Y SU INFLUENCIA EN LA DETERMINACIÓN DEL COSTO DE VENTAS DE LA EMPRESA DISTRIBUCIONES NAYLAMP S.R.L. UBICADA EN LA CIUDAD DE CHICLAYO EN EL AÑO 2013. CHICLAYO: UNIVERSIDAD CATOLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO.
- ❖ QUINTERO, B. S. (2011). PLAN DE MEJORAMIENTTO Y ANÁLISIS DE LA GETSION LOGISTICA DEL ALMACENAMIENTO EN LA ORGANIZACION HERVAL S.A.S. PEREIRA: UNIVERSIDAD CATOLICA DE PEREIRA - FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS .
- ❖ ROBERTO, H. S. (2006). METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION CIENTIFICA. MEXICO: MACGRAWHILL.
- ❖ ROUX, M. (2009). MANUAL DE LOGISTICA PARA LA GESTION DE ALMACENES . BARCELONA: GESTION 2000.
- ❖ SANTOS, I. S. (2009). LOGISTICA Y OPERACIONES EN LA EMPRESA. MADRID: LIBROS PROFESIONALES DE EMPRESAS.
- ❖ SERRANO, M. J. (2014). LOGISTICA DE ALMACENAMIENTO. MADRID: EDICIONES PARANINFO S.A.
- ❖ TORRES, M. M. (2006). LOGISTICA Y COSTOS. BUENOS AIRES: DIAZ DE SANTOS.
- ❖ ZULUAGA, R. D. (2005). DICCIONARIO DE LOGISTICA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES. MEXICO: ECOE EDITORES.

MATRIZ DE CONSISTENCIA