



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO DE PUNO
FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



GESTIÓN DE STOCKS Y LA ADMINISTRACIÓN DE PEDIDOS
EN LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MAYORKA DE LA
CIUDAD DE PUNO – 2018.

TESIS

PRESENTADO POR:

Bach. HERBERT PIERO GAMARRA PINEDA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PUNO – PERÚ

2021



DEDICATORIA

Dedico esta tesis a Dios y a mis padres. A Dios porque ha estado conmigo en cada paso que doy, cuidándome y dándome fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento y quienes son mi motivación a seguir adelante



AGRADECIMIENTO

- A mi asesor de tesis BRAULIO SALOME VILLA RUIZ, por su guía, orientación y apoyo incondicional en la culminación de la presente tesis.
- A los miembros del jurado, por sus valiosas recomendaciones en la mejora de mi trabajo de investigación.
- A la Universidad Nacional del Altiplano Puno, y en especial a la Escuela Profesional de Administración, por sus conocimientos y experiencias que impartieron en mi formación como profesional.
- A la Distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno por brindarme las facilidades para el acceso a la información necesaria para desarrollar el presente trabajo de investigación.



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE FIGURAS	
ÍNDICE DE TABLAS	
RESUMEN	8
ABSTRACT.....	9

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
1.2.1. PROBLEMA GENERAL.....	13
1.2.2. PROBLEMAS ESPECÍFICOS	13
1.3. JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	13
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
1.4.1. Objetivo general	14
1.4.2. Objetivos específicos.....	14

CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN.....	15
2.1.1. A NIVEL INTERNACIONAL	15
2.1.2. A NIVEL NACIONAL	17
2.1.3. A NIVEL REGIONAL.....	20
2.2. MARCO TEÓRICO.....	22
2.3. MARCO CONCEPTUAL.....	35
2.4. HIPÓTESIS.....	38



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1. UBICACIÓN GEOGRAFICA DEL ESTUDIO.....	39
3.2. PERIODO Y DURACIÓN DEL ESTUDIO	40
3.3. PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO.....	41
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	42
3.4.1. POBLACION	42
3.4.2. MUESTRA.....	42
3.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	42
3.6. PROCEDIMIENTOS	43
3.6.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.....	43
3.6.2. TIPO O ALCANCE DE INVESTIGACIÓN	43
3.6.3. METODOS DE LA INVESTIGACION.....	43
3.7. VARIABLES	44
3.8. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.....	44

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSION

4.1. OBJETIVO ESPECÍFICO N° 1.....	46
4.2. OBJETIVO ESPECIFICO N° 2.....	64
4.3. OBJETIVO ESPECÍFICO N° 3.....	80
4.4. CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS.....	84
4.5. DISCUSIÓN	85
V. CONCLUSIONES	87
VI. RECOMENDACIONES	88
VII. REFERENCIAS	89
ANEXOS	93

Área : Administración general

Tema : Gestión de stocks y administración de pedidos

FECHA DE SUSTENTACIÓN: 28 de enero del 2021



ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Modelo SCOR.....	26
Figura 2: Modelo SCM.....	27
Figura 3: Organigrama de la empresa Mayorka - 2018.....	40
Figura 4: Ubicación de la empresa	40
Figura 5. Control de entradas y salidas de productos	46
Figura 6. Clasificación de productos	48
Figura 7. Stocks de productos.....	49
Figura 8. Atención de pedidos de los clientes	51
Figura 9. Atención oportuna de pedidos de productos	52
Figura 10. Atención de imprevistos.....	53
Figura 11. Utilización máxima de los espacios del almacén	54
Figura 12. Frecuencia de inventario de productos.....	55
Figura 13. Control de productos deteriorados	56
Figura 14. Órdenes de compra atendidas.....	58
Figura 15. Rotación de mercadería	59
Figura 16. Modalidades de pago por parte de los proveedores	60
Figura 18. Resumen comportamiento de las dimensiones gestión de stocks	63
Figura 19. Atención de los pedidos	64
Figura 21. Entrega oportuna de pedidos	67
Figura 22. Alternativas para la entrega de productos	68
Figura 23. Productos de calidad.....	69
Figura 24. Accidentes y/o imprevistos en la entrega de productos	70
Figura 25. Pedidos rechazados y/o cancelados.....	71
Figura 26. Atención de reclamos	73
Figura 27. Servicio post venta	74
Figura 28. Servicio eficaz	75
Figura 29. Capacitación del personal.....	76



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ficha técnica del cuestionario gestión de stocks / administración de pedidos	41
Tabla 2. Resumen comportamiento de las dimensiones sobre gestión de stocks	62
Tabla 3. Resumen comportamiento de las dimensiones sobre administración de pedidos	77



RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Gestión de stocks y la administración de pedidos en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018”, tiene como objetivo general analizar la gestión de stocks y la administración de pedidos en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018. La investigación está enmarcada en el enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, puesto que recolecta y describe el comportamiento de cada una de las dimensiones consideradas y de diseño no experimental, porque los datos reflejan la evolución natural de los eventos y de corte transversal, porque el comportamiento de las dimensiones fueron medidas en una sola ocasión. La población estuvo conformada por colaboradores de la empresa; y la muestra fue de tipo censal al tomarse en consideración a 20 de ellos que son la totalidad de la misma. El cuestionario aplicado toma en cuenta las siguientes dimensiones: volumen, compras, costos, toma de pedidos, distribución del producto y eficacia. Entre los resultados favorables para la investigación en la gestión de stocks, se tiene en la dimensión volumen (56.25%) y en el indicador, las órdenes de compra son alcanzadas anticipadamente a los proveedores (75%); asimismo en la administración de pedidos, se tiene que la dimensión distribución del producto (62.5%) y el indicador, la empresa ofrece alternativas de entrega de los productos a los clientes (95%), los que muestran los mejores resultados; sin embargo, existen dimensiones e indicadores que denotan resultados insatisfactorios que necesitan medidas correctivas para revertir la actual situación de Mayorka - Puno.

Palabras clave: Administración de pedidos, distribución del producto, gestión de stocks, toma de pedidos



ABSTRACT

The present research work entitled "Stock management and order administration in the distribution company Mayorka in the city of Puno - 2018", has the general objective of analyzing the stock management and order administration in the distribution company Mayorka de la city of Puno - 2018. The research is framed in the quantitative, descriptive approach, since it collects and describes the behavior of each one of the dimensions considered and of non-experimental design, because the data reflect the natural evolution of the events and cross-sectional, because the behavior of the dimensions were measured on a single occasion. The population was made up of employees of the company; and the sample was of a census type when taking into consideration 20 of them, which are the totality of the sample. The applied questionnaire takes into account the following dimensions: volume, purchases, costs, order taking, product distribution and efficiency. Among the favorable results for the research in the management of stocks, there is in the volume dimension (56.25%) and in the indicator, the purchase orders are reached in advance to the suppliers (75%); Likewise, in order management, the product distribution dimension (62.5%) and the indicator, the company offers alternatives for the delivery of products to customers (95%), which show the best results; however, there are dimensions and indicators that denote unsatisfactory results that need corrective measures to reverse the current situation in Mayorka - Puno.

Keywords: Order management, product distribution, stock management, order taking.



CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

La investigación está basada en el análisis de la gestión de stocks y la administración de pedidos en la distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018; al respecto Pérez (2010) sostiene que la gestión de stock en el almacén se refiere a la forma de organizar todos los flujos de materiales. Este término abarca acciones como la asignación de ubicaciones, la trazabilidad del inventario, la ordenación de las reposiciones; asimismo Sánchez (2017) indica que la optimización del inventario: recoge las tareas encaminadas a mejorar la productividad del stock almacenado, la detección de ineficiencias y la eliminación o reducción de cuellos de botella. La investigación considera variables y dimensiones como: la gestión de stocks, donde se consideró las dimensiones volumen, compras y costos; asimismo la variable administración de pedidos consideró las dimensiones toma de pedidos, distribución de productos y eficacia.

La distribución temática de esta investigación se presenta en cuatro capítulos:

En el **capítulo I** se detalla la introducción considerando las variables gestión de stocks y administración de pedidos.

En el **capítulo II** se detalla la revisión de la literatura sobre la gestión de stocks y administración de pedidos.

En el **capítulo III** se explica el método de investigación, población y muestra, entre otras características importantes del capítulo.

En el **capítulo IV** se exponen los resultados obtenidos.

Finalmente se presentan las conclusiones, recomendaciones, referencias bibliográficas y anexos.



1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad las empresas se enfocan en tener sus almacenes llenos para satisfacer la demanda del mercado, dejando de lado el principal problema: el sobre stock o incremento de inventario que se da al comprar productos en exceso más allá de un nivel óptimo y apropiado, los errores en las previsiones de ventas, así como la ineficiente gestión de pedidos.

Es el caso de las empresas en China, éstas almacenan de manera desmesurada su materia prima principal: el maíz, con la finalidad de satisfacer al mercado sin contar con las terribles consecuencias de tal acto como es la inevitable depreciación de la materia al pasar los días y los fuertes gastos en mantenimiento del almacén.

Cada empresa es un sistema, un todo que debe trabajar en equipo de manera organizada y coordinada entre departamentos o áreas de la empresa para así lograr sus objetivos y poder enfrentar los problemas que la aquejen. Si el inventario no opera con efectividad, el área de producción no podrá terminar el producto final, el área de ventas no contará con los productos de calidad para cubrir sus pedidos, el área de finanzas incurrirá en más gastos por ende los resultados negativos afectarían a la empresa empezando por productos de mala calidad, fallas en el tiempo de entrega, clientes insatisfechos, pérdida de imagen y perdida de ventas.

Según un estudio realizado en Costa Rica, los principales problemas que se encontraron en las empresas de producción son: la inexactitud de inventarios lo que no permite llevar un control óptimo y continuo de los productos almacenados, mermas y productos vencidos probablemente por el estancamiento. Sumado a ello la falta de control y seguimiento de stocks empeoran la situación de la empresa, el



no actuar sobre estos problemas se ve reflejado en pérdidas monetarias de la empresa.

En una encuesta realizada por Kpmg (2016) en el Perú, entre 60 tiendas de distintos rubros se identificó a la administración de stocks como una de las funciones de vital importancia para contrarrestar los principales problemas operativos que se dan en la cadena de suministro de toda empresa cuyo objetivo principal es llevar el producto final al cliente en el tiempo acordado.

El Perú es un país tan diverso de manera cultural, social o económica, lo que nos permite encontrar distintos tipos de empresas, desde un pequeño restaurante hasta empresas grandes, cuyos problemas siempre son los mismos: Falta de control y supervisión, así como la falta de interés por mejorar y optimizar el área de la administración de los pedidos.

En la empresa distribuidora Mayorka se percibe una deficiente gestión de stocks; la prioridad para la empresa es el área de ventas, se cree que a más ventas mayores ingresos, sin darle la debida importancia a los procesos en la gestión de stocks y a la administración de los pedidos.

La deficiente gestión de stocks en la empresa, se ve reflejado en las compras fuera de tiempo, éstas se realizan a última hora y de manera incompleta, asimismo los elevados costos en los que incurre la empresa al momento de almacenar sus productos y no poder distribuirlos, debido a que no cuenta con personal que supervise dichas actividades. También se pudo observar un excesivo volumen de ciertos productos que ocupan gran parte de los almacenes no aprovechados óptimamente. Por otro lado, se evidencia que los pedidos de los clientes no están siendo entregados satisfactoriamente en su totalidad debido a una



ineficiencia en la toma de pedidos ya que los colaboradores lo toman como una simple formalidad, denotando un servicio ineficaz.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1 PROBLEMA GENERAL

¿Cómo se desarrolla la gestión de stocks y la administración de pedidos en la distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno - 2018?

1.2.2 PROBLEMAS ESPECÍFICOS

¿Cómo se desarrolla la gestión de stocks en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018?

¿Cómo se desarrolla la administración de pedidos en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018?

¿Es necesario proponer lineamientos que permitan una eficiente gestión de stocks en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno?

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Esta investigación es importante porque permite conocer cómo se desarrolla la gestión de stocks y administración de los pedidos puesto que al gestionar eficientemente todos los procesos dentro de la toma de pedidos será beneficioso para la empresa ya que se podrá entregar los pedidos en el momento acordado por el cliente, relevando un servicio eficaz.

Asimismo, se realiza con el propósito de aportar conocimientos acerca de la gestión de stocks que ayuden a mejorar la administración de pedidos en la empresa Mayorka de la ciudad de Puno – 2018; además los resultados de esta investigación podrán emplearse como sugerencias para mejorar los procesos dentro de las empresas en lo relacionado a los stocks y pedidos, sustentado en que la mayoría de empresas en la región no aplican una correcta gestión de los stocks



y los pedidos y que su implementación beneficiaría no solo a la empresa sino también a todos los clientes. Cuando nos referimos a mejorar la administración de pedidos, buscamos una mejor atención y recaudación de datos vitales e importantes de los clientes con el fin de ofrecer un servicio satisfactorio para ambas partes, asimismo esta investigación aporta datos que servirán para plantear nuevas estrategias en los temas abordados.

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general

Analizar el comportamiento de las dimensiones e indicadores de la gestión de stocks y la administración de pedidos en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018.

1.4.2 Objetivos específicos

Analizar el comportamiento de las dimensiones e indicadores de la gestión de stocks en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018.

Analizar el comportamiento de las dimensiones e indicadores de la administración de pedidos en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018.

Proponer lineamientos que permitan lograr una eficiente gestión de stocks en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno.



CAPÍTULO II

REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

2.1.1 A NIVEL INTERNACIONAL

Ferrero (2015) en su tesis de investigación “La gestión de inventarios. Aplicación práctica en una empresa del sector farmacéutico el caso de Laboratorios Jiménez, S.R.L.”; concluye que: la gestión de existencias en el almacén puede derivar en una minimización de los costes, que permitirá a la empresa obtener un mayor margen de beneficio a la hora de distribuir sus productos. Es verdad que la consecución de un inventario conlleva un coste, pero en muchas ocasiones hay que plantearse cuándo éste supone una inversión.

Loja (2015) en su investigación “propuesta de un sistema de gestión de inventario para la empresa FEMARPE CIA LTDA”; concluye que: no se realiza una constatación física periódica de la mercadería de tal manera que en varias ocasiones se han presentado pedidos que no se pueden cumplir debido a que no se encuentran existentes los productos debido a que no existe una adecuada señalización que informe la localización de cada producto y el área está desorganizada.

Gallardo (2016) en su investigación “Propuesta de mejorar para la gestión de inventario de sociedad repuestos España limitada – 2016”; concluye que: la empresa tiene un funcionamiento interno estándar para empresas del área que compra productos terminados al por mayor y los



vende al por menor, por lo que el tipo de demanda de cada uno de estos productos depende de su naturaleza.

Ponce (2014) en su artículo científico denominado “Impacto de los indicadores de control de inventarios en la cadena de suministros”; concluye que los indicadores de control de inventarios son determinantes para la toma de decisiones en las organizaciones y la cadena de suministros ya que permiten medir de forma cuantitativa y cualitativa el movimiento del inventario y el indicador de rotación permite tener un control efectivo de las salidas de las diferentes mercancías.

Reino (2014) en su investigación “Propuesta de un modelo de gestión de inventarios, caso ferretería almacenes Fabián Pintado”; concluye que: el modelo de inventarios propuesto mejora el abastecimiento y flujo de la mercadería, evitando dinero sin movimiento, a la vez busca garantizar un desempeño operacional eficiente y que los stocks estarían de acuerdo al flujo de ventas.

Cabriles (2014) en su tesis titulada “Propuesta de un sistema de control de inventario de stocks de seguridad para mejorar la gestión de compras de materia prima, repuestos e insumos de la empresa BALGRES C.A.”; concluye que: es importante contar con un sistema de inventario que ayude a la empresa a tener el control sobre sus productos adquiridos y vendidos en los diversos almacenes de repuestos, insumos y materia prima, para poder tener una buena y mejor organización de sus almacenes, lo que mejora la comunicación eficiente y eficaz a sus órganos de dirección, clientes y proveedores.



Castellanos (2012) en su tesis denominada “Diseño de un sistema logístico de planificación de inventarios para aprovisionamiento en empresas de distribución del sector de productos de consumo masivo”; concluye que: los principales problemas con los que esta industria se enfrenta tienen que ver directamente con el tema de aprovisionamiento, ya que en su mayoría las empresas manejan altos inventarios de productos que no venden y al mismo tiempo enfrentan problemas por desabastecimiento de los productos que si realmente venden así mismo se puede comprobar que el resultado de aplicar procesos de planificación de demanda como insumo para las técnicas de planificación de inventario permite generar los planes de aprovisionamiento oportunamente para sostener la actividad comercial del negocio en la industria de distribución, manteniendo los niveles de inventario que la organización considere conveniente, evitando riesgos de desabastecimiento y controlando la inversión de capital.

2.1.2. A NIVEL NACIONAL

Solsol (2017) en su investigación “Análisis de la gestión de inventarios de la empresa Creazioni S.A. de la ciudad de Iquitos, periodo 2011 – 2015”; concluye que: La gestión de inventarios de la empresa se realizó de manera eficiente, pero se debe añadir que en años anteriores se incurrió en sobre stocks, ocasionando altos costos financieros por el dinero inactivo inherente a la mercadería sin movimiento. Durante el periodo en estudio, las ventas fueron superiores a las compras ampliamente, esto porque las ventas contienen el margen de ganancia más el stock inicial

Escobar (2016) en su investigación “Implantación de un sistema de control operativo y contable para los inventarios y su incidencia en la



rentabilidad de la empresa Centro Acopio & Alimentos El Salvador E.I.R.L.”. de la Universidad Autónoma del Perú; concluye que: el hecho de que no se planifiquen los Inventarios hace que existan un exceso en las existencias lo que se traduce en que se tenga dinero ocioso y en otros casos ausencia de productos que no permite una buena atención a los clientes traduciéndose en una baja en la liquidez de la empresa y no se pueda atender oportunamente sus obligaciones.

Villavicencio (2015) en su investigación “Implementación de una gestión de inventarios para mejorar el proceso de abastecimiento en la empresa R. Quiroga E.I.R.L-Sullana”; concluye que: la buena clasificación de inventarios ABC realizada para mejorar el proceso de abastecimiento en la empresa dio como resultado que los artículos de clase A son aquellos en los que la empresa tiene mayor inversión, por ello nunca deberían estar agotados ya que constituyen la mayor parte del capital movilizado. Además, se logró el perfeccionamiento de la calidad, innovación, tiempo y flexibilidad, asimismo el mayor activo de la empresa son sus inventarios y no tienen su debida atención y dedicación lo que provoca errores, faltantes y sobrantes; con la técnica de lote económico se ha permitido solicitar mejor las cantidades de productos, reducir costos, mediante la disminución de los niveles de stocks de seguridad, de rechazos y desperdicios logrando así tomar mejores decisiones. y la satisfacción del cliente.

Calderón (2014) en su investigación “Propuesta de mejora en la gestión de inventarios para el almacén de insumos en una empresa de consumo masivo de la ciudad de Lima – 2014; concluye que: se debe contar con procedimientos, diagramas de flujo de subprocesos y una metodología para el adecuado pedido de insumos que permite al personal involucrado en dicha



actividad realizarlo de acuerdo a lo establecido por la empresa, además de tener el control y seguimiento del inventario

Ramos y Flores (2013) en su investigación “análisis y propuesta de implementación de pronósticos, gestión de inventarios y almacenes en una comercializadora de vidrios y aluminios”; concluyen que: la Planificación de Compras propone la utilización de métodos de pronósticos cuantitativos para determinar la estrategia de compra a utilizar, así mismo la gestión de la demanda que atendería la empresa. Al poder proyectar la demanda, es posible identificar los futuros picos y valles, y esto en una mejor gestión de sus recursos humanos y materiales

Eugenio (2010) en su tema de investigación “Logística de inventario y su incidencia en las ventas de la farmacia Cruz Azul Internacional de la ciudad de Ambato”; concluye que: la aplicación de una logística de inventario permitirá tener una visión clara de las adquisiciones de productos, además permitirá mejorar la comercialización de los productos y su distribución en las perchas y bodega, permitiendo una localización oportuna de medicamentos y productos para la venta.

Misari (2012) en su investigación “El control interno de inventarios y la gestión en las empresas de fabricación de calzado en el distrito de Santa Anita”; concluye que la actualización permanente del registro sistemático de inventarios da como resultado el eficiente cálculo y proyección de la distribución y marketing de los productos elaborados, asimismo permiten la actualización y rotación de los inventarios, evaluando las existencias que no tienen mucha salida, y como resultado estableciéndose agresivas campañas de marketing para evitar pérdidas a la empresa.



2.1.3 A NIVEL REGIONAL

Cari (2015) en su Tesis: “Control Interno de Inventarios y su Influencia en la Organización Contable de las Ferreteras (comercialización de fierros, aceros y afines) de la Ciudad de Juliaca Periodo 2014”; concluye que: la empresa con el propósito de absolver las deficiencias existentes, deberá de efectuar la implementación, aplicación y supervisión de un Sistema de Control Interno de Inventarios. La empresa optará en implementar un adecuado sistema en el área de almacén para mejorar el inventario de mercaderías de las Ferreterías, con la aplicación de las NIC N° 2 “Inventarios”. De esa manera absolverá las deficiencias que se tiene en el área de almacenes, con el fin de optimizar el desarrollo de los inventarios, así como las actividades que efectúa el personal que trabaja en la empresa, lográndose de esa manera que es muy importante para la organización contable tener un eficaz manejo de los inventarios.

Vásquez (2015) en su tesis “Análisis, diagnóstico y propuesta de mejora en la gestión de inventarios y de almacenes en una empresa del sector gráfico”; concluye que: el uso de métodos de pronósticos cuantitativos le permite disminuir el margen de error natural que cometen cuando se estiman los consumos de forma empírica. Todos sus métodos de pronósticos son cualitativos, apoyándose en la experiencia de su personal. La experiencia de los almaceneros permite reconocer los periodos o meses picos de demanda sobre cada tipo de producto.

Chino (2014) en su Tesis titulada “Implementación de un Sistema de Control para Optimizar el Área de Almacenes de las Obras de Mejoramiento de Carreteras del Gobierno Regional de Puno 2013 -2014”; concluye que:



Con respecto a los Almaceneros, deberán de ser personas idóneas que puedan desarrollar un sistema de Control Interno en el área de almacén, cumpliendo sus actividades adecuadamente según las normas establecidas. La falta de implementación de medidas correctivas derivadas de la Evaluación del Riesgo al Sistema de Control Interno, a lo que el responsable del almacén no tiene conocimiento de las deficiencias que hay en el almacén de las obras, en vista que dichas recomendaciones son enviados al archivo.



2.2 MARCO TEÓRICO

2.2.1 GESTIÓN DE STOCKS

Según Parra (2015), es un término que indica un depósito de mercancías, materias primas u otro objeto cualquiera. Es un concepto estático. No ocurre lo mismo con la expresión “gestión de stock”, que es un proceso que no se detiene en el tiempo, sino que supone una actividad continuada.

2.2.1.1 IMPORTANCIA

Ferrín (2010) afirma que: La correcta gestión de stocks es de vital importancia ya que proyecta la evolución futura del stock, lo que permite establecer un programa de compras controlando los pedidos a los proveedores. Para ello es preciso lo siguiente:

- Establecer las previsiones de consumo.
- Estudiar los plazos de entrega.
- Utilizar un modelo matemático de gestión.
- Determinar el nivel de servicio

Ferrer (2012) considera que: “Es importante una correcta gestión de stocks, ello permitirá optimizar el conjunto de materiales almacenados por la empresa asegurando su disposición, en las mejores condiciones económica y así satisfacer las necesidades del proceso productivo”

2.2.1.2 TIPOS DE STOCKS

Según García (2012) indica que los tipos de stocks se dividen en los siguientes:

Stocks de ciclo: Muchas veces no tiene sentido producir o comprar materiales al mismo ritmo en que son solicitados, ya que resulta más económico lanzar una orden de compra o de producción de volumen



superior a las necesidades del momento, lo que dará lugar a este tipo de stocks.

Stocks estacionales: Algunos productos presentan una demanda muy variable a lo largo del año, aumentando mucho en determinados meses y disminuyendo en otros (juguetes, helados, refrescos, etc.). Así, es lógico que la producción sea mayor que la demanda en determinados períodos, por lo que se generará un stock de carácter estacional.

Stocks de seguridad: Es el stock que se tiene sobre el nivel óptimo de inventario en un almacén. Dicho stock se utiliza para cubrir variaciones de la demanda, retrasos de proveedores o alguna incidencia que el stock normal, no podría cubrir. El costo de inventario de seguridad debería ser menor al costo de ruptura de inventario.

Stocks de anticipación: El stock de anticipación se utiliza cuando se tiene información anticipada de algún suceso que pone en riesgo el abastecimiento de productos. Es decir, cuando existe variaciones de precio, escasez de productos; las empresas toman la decisión de anticiparse y comprar inventario para reducir el riesgo de ruptura.

2.2.1.3 OBJETIVOS DE LA GESTIÓN DE STOCKS

Según García (2000) los objetivos de la gestión de stocks son esencialmente, planear, controlar y replantear el stock, esto es, las cantidades de materiales que entran y salen, las épocas en que ocurren estas entradas y salidas, el tiempo que transcurre entre estas épocas, y los puntos de pedido de los materiales. Estos objetivos de la gestión de stocks pueden ser alcanzados a través del ejercicio de las siguientes funciones principales:



- Hacer el cálculo del lote demandado
- Hacer el cálculo del stock mínimo
- Hacer el cálculo del stock máximo
- Emitir la ficha del stock completa
- Mantener actualizada la ficha del stock
- Replantear los datos cuando surjan razones para modificarlos
- Emitir solicitudes de compra para los materiales
- Proveer a los demás órganos, los datos que les sean solicitados
- Recibir el material que entra juntamente con la nota de entrega.
- Identificar el material con el código interno de la empresa.
- Guardar el material.
- Colocar la entrada del material en la ficha de stock.
- Conservar el material en las condiciones más seguras.
- Entregar el material mediante la requisición.
- Colocar la salida del material en la ficha de stock.
- Reservar el material de acuerdo a pedido aceptado.
- Guardar la documentación de entrada y salida.

Organizar el almacenamiento y mantener su organización.

2.2.2 CADENA DE SUMINISTRO

Acorde a Kildow (2011), la gestión de la cadena de suministro es la integración de los principales procesos de negocio que van desde el usuario final a través de proveedores originales, los que proporcionan productos,



servicios, y la información que agregan valor para los clientes y para otras partes interesadas.

2.2.2.1 GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Para Davis (2013) la gestión de la cadena de suministro juega un rol estratégico, pues la evolución de los mercados y la creciente demanda de productos y servicios de mayor calidad exigen a las empresas ser más eficientes y competitivas si desean alcanzar la máxima rentabilidad. La gestión de la cadena de suministro abarca el planeamiento y el control logístico de todas las actividades relacionadas a la compra, transporte, almacenamiento y despacho de los bienes o servicios que se comercializa en las empresas. Incluye también la coordinación, colaboración, negociaciones con los proveedores con el fin de convertirlos en socios estratégicos del negocio, además de los intermediarios, terceras partes involucradas y consumidores finales.

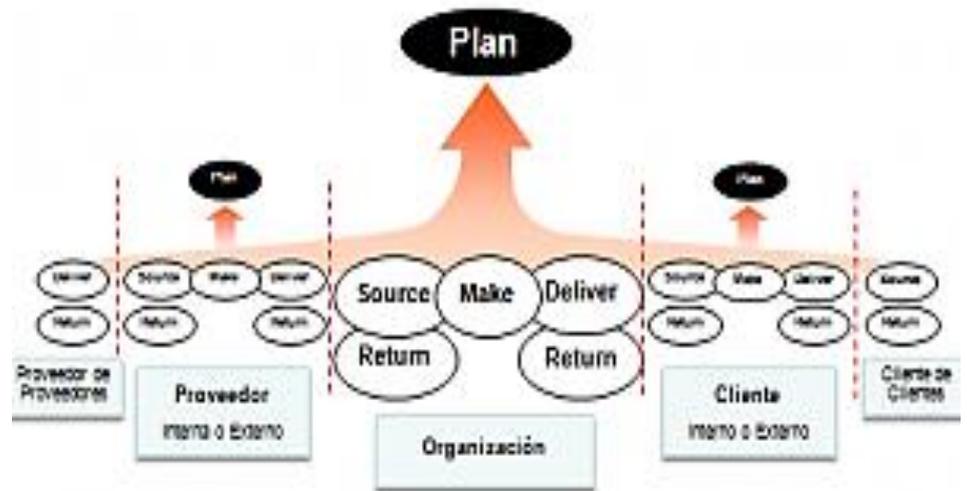
2.2.2.2 MODELOS DE GESTIÓN PARA LA CADENA DE SUMINISTRO

a) Modelo SCOR

Según Chase (2013) el modelo SCOR brinda un marco estándar para facilitar el análisis y esta es una herramienta poderosa para los objetivos deseados en el rendimiento el diseño y la reconfiguración de la cadena de suministro.

El SCOR es un Modelo de Referencia que estandariza la terminología y los procesos de una SC para modelar, usando KPI's (Key Performance Indicators o Indicadores Clave de Rendimiento), para comparar y analizar diferentes alternativas y estrategias de las entidades

de la SC y de toda la SC; pero no tiene descripción de modelos matemática ni métodos heurísticos.



Source: Adapted from Supply Chain Council, Inc.

Figura 1: Modelo SCOR
Fuente: Supply Chain Management

b) Modelo Global Supply Chain Management

Acorde a Bensoussan (2011), la administración de la cadena de suministro es una compleja y apasionante actividad que ha venido desarrollándose ya desde hace varias décadas atrás. En este largo proceso, aspectos tales como la satisfacción del cliente, la integración y coordinación del trabajo con proveedores, el uso de la tecnología, el intercambio de información y la calidad, se han ido añadiendo a este sistema haciéndolo cada vez más complejo de entender y gestionar.

Para Blanchard (2010) la gestión de la cadena de suministro según el GSCF está conformada por ocho procesos clave los cuales atraviesan de forma transversal todos los silos funcionales de la organización y son mencionados en la siguiente lista:

- Gestión de las relaciones con los clientes.

- Gestión de las relaciones con los proveedores.
- Gestión del servicio al cliente.
- Gestión de la demanda.
- Cumplimiento de las órdenes de pedido.
- Gestión del flujo de la producción.
- Desarrollo y comercialización de productos.
- Gestión de las devoluciones o logística inversa.

Cada uno de estos ocho procesos puede tener subprocesos y deben estar liderados por equipos comprometidos con la integración de los mismos en los niveles estratégicos, nivel de implementación y niveles operativos siendo esta integración indispensable para el éxito de la



Figura 2: Modelo SCM

Fuente: Supply Chain Management

2.2.3 DIMENSIÓN DE COMPRAS

Según Escudero (2011) la dimensión de compras se puede concebir como un proceso complejo que va más allá de la negociación y del trámite burocrático. Antes de gestionar la compra, tenemos que estudiar el mercado,



localizar fuentes de aprovisionamiento, conocer las características de los productos y materiales que necesitamos adquirir o los servicios que necesitamos contratar.

2.2.3.1 OBJETIVO DE LAS COMPRAS

Conforme a Escudero (2011) los principales objetivos de las compras son los siguientes:

- Adquirir materiales con la calidad adecuada.
- Conseguir la mejor relación calidad-precio.
- Conseguir suministros a tiempo - Mantener los inventarios al mínimo.

2.2.3.2 TIPOS DE COMPRAS

Escudero (2011) menciona que las compras se clasifican en:

Compras especiales: Tienen lugar cuando hay que adquirir bienes de uso. Por ejemplo: maquinaria, un ordenador o vehículos.

Compras anticipadas: Son aquellas compras que se realizan antes de que surja la necesidad.

Compras estacionales: Aquellas que se hacen para productos de temporada y que satisfacen una demanda estacional.

Compras rutinarias: Son aquellas compras que se hacen en pequeñas cantidades con entrega diaria de mercadería. Su objetivo es atender las necesidades del día a día.

Compras oportunidad: Este tipo de compra tiene lugar cuando encontramos la ocasión de comprar a precio de “ganga”.



Compras de urgencia: Son compras que se realizan con el fin de cubrir las necesidades urgentes.

2.2.4 DIMENSIÓN COSTOS

Acorde a Gómez (2013) costos son aquellas salidas de dinero de una persona natural o jurídica con el fin de efectuar alguna acción para producir un producto. Dichos costos son conformados por los costos de aprovisionamiento: como el de compras y el de almacenamiento.

2.2.4.1 COSTE DE EMISIÓN DE PEDIDOS

Este será mayor cuanto mayor sea el número de pedidos que realicemos, y a la inversa: si hacemos menos pedidos, este coste disminuirá, ya que en principio se emplearán menos costes administrativos y menos gastos en transporte, seguros, etc. Se piensa que es más barato, por ejemplo, transportar 1000 palés en un camión que dos veces 500 en dos furgonetas. Para calcular el coste de emisión de pedidos se requiere saber en primer lugar el número de pedidos que vamos a realizar, por ejemplo, durante un año. Si llamamos V a las ventas anuales de un artículo por parte de nuestros clientes, y Q a la cantidad de ese artículo que vamos a solicitar en cada pedido a nuestro proveedor en ese año, el número de artículos que vamos a pedir en cada emisión de pedido sería V/Q .

2.2.4.2 COSTE DE ALMACENAJE

Es lo que cuesta mantener los artículos en el almacén. El coste de almacenaje (CA) se suele medir por unidades físicas de artículos, de forma que para hallar el coste de almacenaje total, multiplicamos el coste



de mantener cada unidad (C_a) por el stock medio ($Q/2$). Q es la cantidad que se pide en cada pedido.

2.2.4.3 COSTE DEL ESPACIO

Lo primero que tenemos que decidir es si construimos nuestro propio almacén o lo alquilamos. Si optamos por construirlo, es probable que necesitemos financiación ajena y que tengamos que recurrir a créditos.

2.2.4.4 COSTES DE LA TENENCIA DE STOCK

Como es sabido, desde hace algún tiempo existe en las empresas una tendencia generalizada a reducir en gran medida sus stocks. Esta tendencia se debe a que el capital invertido e inmovilizado en forma de materiales y mercancías genera costes: llamado coste de oportunidad, que es lo que deja de ingresar la empresa al invertir el dinero en stocks y no en otra cosa.

2.2.4.5 LOS COSTOS OPERACIONALES.

Estos costos son los que están relacionados con las facilidades logísticas como son por ejemplo los almacenes, centros de distribución mercados concentradores, etc. Los costos operacionales pueden ser de dos tipos:

- **Costos discontinuos**, que son todos aquellos que varían por etapas en función de volumen de circulación.
- **Costos continuos**, que varían lineal o no linealmente con el volumen de circulación.

2.2.5 ADMINISTRACIÓN DE PEDIDOS

Acorde a Gómez (2013) “la administración de pedidos como todos los procesos por el cual pasan los pedidos desde que el cliente llega a la



empresa, solicita su pedido, todo el proceso del preparado del pedido hasta la entrega al cliente final”; asimismo para Torres (2012) “la administración de pedidos son todas las actividades destinadas a la recogida y acondicionamiento de la mercancía solicitada por los clientes, su objetivo está relacionado con la preparación del pedido”.

2.2.5.1 IMPORTANCIA DE LA ADMINISTRACIÓN DE PEDIDOS

Conforme a Torres (2012) la administración de los pedidos se ha convertido en un elemento de suma importancia para el correcto funcionamiento dentro de las empresas, sobre todo cuando se habla del sector empresarial del almacenaje o logística.

2.2.5.2 TEORÍA DE LA ADMINISTRACIÓN DE PEDIDOS

Guerrero (2011) menciona que: La administración de pedidos surge ante la necesidad que tienen las empresas por llevar un control sobre los pedidos ya que se presentaban varios problemas respecto a la organización de los pedidos.

La gestión de pedidos consiste en actividades que resultan del cumplimiento de órdenes de pedidos del cliente, a la vez que asegura el máximo valor para la cadena de suministro y servicio al cliente. Un pedido se puede definir como un compromiso firme entre dos o más partes (proveedor-cliente) que reúnen todas las condiciones mínimas necesarias para establecer una relación comercial entre ellas de manera que una de las partes (el proveedor) pone a disposición de la otra (cliente) los productos o servicios comprometidos, bajo las condiciones pactadas. Así, el proceso comienza con la llegada de un pedido y termina cuando el pedido es enviado, aceptado y finalmente cobrado.



Una correcta gestión de pedidos implica:

- Conocer los requerimientos del cliente de manera precisa en cuanto al producto, la cantidad, los plazos, la entrega y el precio.
- Asegurar plazos y fechas de entrega precisas.
- Mantener informado al cliente a lo largo de la vida del pedido.
- Transmitir eficientemente la información de los pedidos a la cadena de suministro. Además de aportar valor al recoger datos del cliente en tiempo real que permiten a la empresa enfocar programas de promoción y fidelización y desarrollar una previsión de la demanda más precisa. También es importante definir los medios por los que los pedidos serán transportados y entregados al cliente en las condiciones pactadas.

2.2.6 DIMENSIÓN TOMA DE PEDIDOS

Ferrín (2010) afirma que “la toma de pedidos es aquel procedimiento por el cual se registra en un documento la solicitud del cliente, su modalidad de pago, el medio de entrega y el tiempo en el que el cliente recibirá su pedido”; asimismo Gómez (2013) afirma que “las preparaciones de los pedidos de los clientes son de vital importancia para las empresas ya que de ello dependerá mucho si el producto solicitado es el mismo que es entregado al cliente en el momento y de la manera que el mismo lo solicito”.

2.2.6.1 IMPORTANCIA DE LA TOMA DE PEDIDOS

Carro (2015) afirma que: “Una correcta toma de pedidos es de vital importancia para toda empresa ya que permitirá entregar el pedido al cliente de la manera más óptima y eficiente posible”.



Sobre la preparación del pedido Carro (2015) afirma que: “La preparación del pedido se puede dar de dos maneras: de uno a uno o de manera simultánea”.

a) Documentación

Carro (2015) afirma que: Cada movimiento del artículo o producto debe estar documentado para así poder averiguar el tiempo que ha estado en manos de la empresa desde su recepción, su almacenaje y su expedición. Aquellos datos a tomar en cuenta en las órdenes de pedido son las siguientes:

- Nombre y dirección de la compañía.
- Número de la orden.
- Fecha del pedido.
- Términos de entrega y de pago.
- Descripción del artículo.
- Precio unitario y precio total.
- Firma.

b) Empaquetado del producto

Carro (2015) afirma que: “A medida que se va recogiendo el producto se va embalando y empaquetando para aprovechar al máximo los tiempos”.

c) Plazos de entrega

Gómez (2013) afirma que: “Los plazos de entrega son aquellos días que tardan la empresa para entregar el pedido al cliente.”

2.2.7 DIMENSIÓN DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO



Gómez (2013) define que “la distribución del producto son las actividades que permiten el traslado de los pedidos hacia los clientes, de forma que lleguen a su destino en las condiciones pactadas”. Asimismo, Gómez (2013) afirma que el transporte de las mercaderías se puede dar del siguiente modo: Marítimo, Carretera, Fluvial, Ferroviario, Aéreo.

2.2.8 DIMENSIÓN EFICACIA

Gabaldón (2000) define la eficacia como: “El logro del objetivo, del servicio sobre sus beneficiarios. De allí, dicho criterio conceptual, actualmente, es un parámetro para buscar la sustentabilidad social de planes, programas, acciones, entre otros, desarrollados por organizaciones gubernamentales y no gubernamentales”.



2.3 MARCO CONCEPTUAL

Administración de pedidos

Es la función de controlar de manera eficiente y eficaz el uso correcto de sus recursos mediante la toma de pedidos y su correcta ejecución en relación con los proveedores, plazos de entrega y los clientes de la manera más óptima posible.

Almacén

Es un lugar o espacio físico para el almacenaje de bienes. Los almacenes son usados por fabricantes, importadores, exportadores, comerciantes, transportistas, clientes, entre otros. En un almacén se depositan las materias primas, el producto semiterminado o el producto terminado a la espera de ser transferido al siguiente eslabón de la cadena de suministro.

Compras

Es el acto de obtener ciertos productos o insumos a un precio determinado por el vendedor. Estos productos permitirán a la empresa abastecerse para así ofrecerlos al mercado y satisfacer la demanda de la misma. Es por ello que es importante evaluar a los proveedores con el fin de obtener productos de buena calidad.

Control.

Es una etapa primordial en la administración, pues, aunque una empresa cuente con magníficos planes, una estructura organizacional adecuada y una dirección eficiente, el ejecutivo no podrá verificar cuál es la situación real de la organización y no existe un mecanismo que se cerciore e informe si los hechos van de acuerdo con los objetivos. El concepto de control es muy general y puede ser utilizado en el contexto organizacional para evaluar el desempeño general frente a un plan estratégico.

Costos



Es todo egreso de dinero que la empresa desembolsa con el fin de obtener un producto o la prestación de un servicio para el bienestar y provecho de la entidad en sus actividades productivas. Los costos pueden variar de empresa a empresa, sin embargo, es de vital importancia controlarlos, y darle seguimiento continuo.

Distribución.

Es una herramienta de la mercadotecnia (las otras son el producto, el precio y la promoción) que los mercadólogos utilizan para lograr que los productos estén a disposición de los clientes en las cantidades, lugares y momentos precisos. Es el acto de hacer que los productos estén disponibles para los clientes en las cantidades necesarias.

Distribución del producto

Es un conjunto de actividades que se realizan con el fin de entregar el producto comprado hacía el cliente final, es decir el comprador del producto.

Eficacia

Es el cumplimiento de los objetivos y/o tareas que cada área debe cumplir al 100% con el fin de alcanzar un producto y/o servicio.

Gestión de stocks

Se entiende por gestión de stocks a la administración de los productos en todos sus procesos dentro de la empresa velando siempre por su correcto uso, cuidado y almacenamiento. Para ello las distintas áreas deben asumir su control y perfeccionarlas para maximizar su rendimiento.

Productos.

Es el punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización (ya sea lucrativa o no) a su mercado meta para satisfacer sus necesidades y deseos, con la finalidad de lograr los objetivos que persigue. Es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según



un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización.

Recepción.

La recepción de pedido es uno de los procesos de un almacén logístico. Corresponde al punto de transferencia de propiedad entre un proveedor y un cliente. Es una etapa de control importante para garantizar la conformidad de la mercancía antes su integración en las existencias de la empresa.

Stock.

Cantidad de mercancías que se tienen en depósito. Cantidad de productos, materias primas, herramientas, etc., que es necesario tener almacenadas para compensar la diferencia entre el flujo del consumo y el de la producción.

Toma de pedidos

Es la acción de recaudar información sobre los pedidos de los clientes de manera rápida y eficiente para su pronta venta. Esta acción debe ser realizada por el personal altamente capacitado para así lograr su efectividad en los demás procesos.

Volumen

Es el tamaño del conjunto de productos que encontramos en toda empresa. Este puede ser separado por distintas características en común como: color, tamaño, importancia, tiempo de fabricación, fecha de expiración, etc.



2.4 HIPÓTESIS

2.4.1 Hipótesis general

Las dimensiones e indicadores de la gestión de stocks y administración de pedidos en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018, muestran resultados satisfactorios.

2.4.2 Hipótesis específicas

Existen dimensiones e indicadores que muestran resultados favorables en la gestión de stocks en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018.

Existen dimensiones e indicadores que muestran resultados favorables en la administración de los pedidos en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018.



CAPÍTULO III

MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 UBICACIÓN GEOGRAFICA DEL ESTUDIO

Mayorka S.A. inició sus operaciones en la ciudad de Puno el año 2007 con el compromiso de ser el mejor aliado de los emprendedores y de las familias peruanas, proporcionándoles una variedad de productos enfocada en todo tipo de realidades y a los mejores precios. Esto se logra combinando variedad de productos, empaques, embalaje y precios bajos.

MISIÓN

“Ser una empresa líder e innovadora en la comercialización de productos alimenticios y no alimenticios en todo el sur del país, reconocida por su modelo de gestión empresarial, la calidad y preferencia de sus productos y servicios, la rentabilidad del negocio y lo más importante, por la competencia y lealtad de su gente”.

VISIÓN

“Comercializar productos y ofrecer un adecuado abastecimiento basado en la calidad de un servicio eficiente que satisfaga plena y totalmente las necesidades de nuestros clientes, haciendo uso de la experiencia y la disponibilidad con la que contamos, brindando una adecuada rentabilidad a nuestros accionistas y promoviendo el desarrollo de nuestros colaboradores”.

VALORES

- Honestidad
- Respeto
- Puntualidad

- Innovación
- Responsabilidad

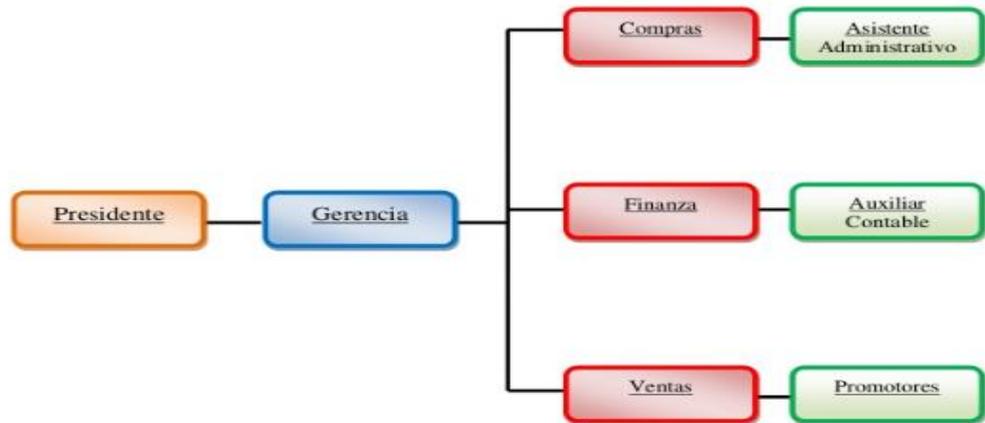


Figura 3:
Organigrama de la empresa Mayorka - 2018

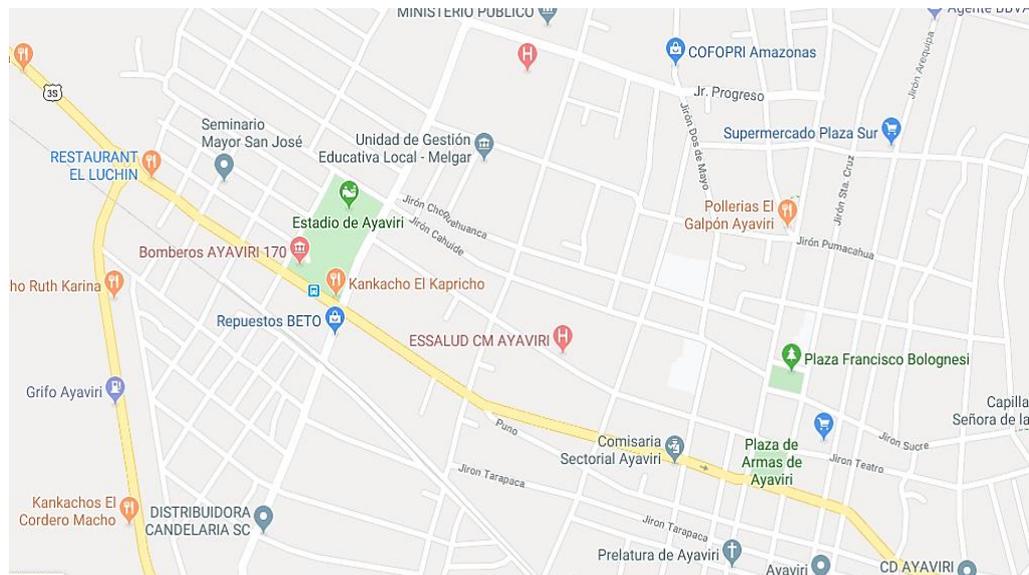


Figura 4:
Ubicación de la empresa
Fuente: Google Maps

3.2 PERIODO Y DURACIÓN DEL ESTUDIO

El periodo de desarrollo de la investigación fue desde el 20 de abril del 2019 al 20 de diciembre del 2019

3.3 PROCEDENCIA DEL MATERIAL UTILIZADO

Para la recolección de los datos se utilizó la técnica llamada encuesta, empleando como instrumento un cuestionario que según Arias (2012) es un documento formado por un conjunto de preguntas cerradas que deben estar redactadas de forma breve y concisa relacionada con los objetivos y las hipótesis planteadas, a fin de que se pueda confirmar o negar”.

La misma fue aplicada a los colaboradores de la distribuidora Mayorka y para la medición se utilizó la escala de Likert, y se consideró los grados entre de acuerdo y desacuerdo para las 24 preguntas formuladas, asimismo se deja constancia que el instrumento fue obtenido de la tesis realizada por Caroline Lalesska Linian Corsio de la Universidad Autónoma del Perú, la misma que considera indicadores como: volumen, compras, costos, toma de pedidos, distribución del producto y eficacia.

Se utilizó la observación, es decir el nivel de contacto que se establece con la realidad a estudiar, sobre todo para el análisis y para desarrollar la propuesta.

Tabla 1. Ficha técnica del cuestionario gestión de stocks / administración de pedidos

Variable	Definición
Autor	Caroline Lalesska Linian Corsio
Titulo	Cuestionario sobre la gestión de stocks.
Método de recolección de datos	Encuesta, observación
Dimensiones	Sobre gestión de stocks
Escala	Likert (1-5)

Fuente: Tesis de Caroline Lalesska Linian Corsio.



3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

3.4.1. POBLACION

Según Arias (2012) la población finita es la agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran; en ese sentido, la población para la investigación fueron los colaboradores de la distribuidora Mayorka que son en un número de 20 personas al año 2018, esta es una población finita, por lo que según a las características de la investigación se requiere recolectar datos sobre lo que perciben éstos, porque son ellos los que mejor conocen el comportamiento de las dos variables, esto es, cómo se desarrolla la gestión de stocks y la administración de pedidos.

3.4.2. MUESTRA

Para Vara (2010) la muestra es el conjunto de casos extraídos de la población, seleccionados por algún método de muestreo; en función a ello la muestra es no probabilística censal ya que fueron abordados en su totalidad, esto es, que a los 20 colaboradores de la distribuidora Mayorka, se les aplico la respectiva encuesta.

3.5. DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Acorde a Hernández, Fernández y Baptista (2014) el diseño de investigación es no experimental, estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos; en ese sentido en la investigación se observaron tal y como se dan los procesos referidos a la gestión de stocks y la administración de pedidos en la distribuidora Mayorka.



3.6. PROCEDIMIENTOS

Para desarrollar el trabajo de investigación se tomó como referencia el texto Metodología de la Investigación de Hernández (2014)

3.6.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Acorde a Hernández, Fernández y Baptista (2014) el enfoque de investigación es cuantitativo, debido a que “se usa la recolección de datos para probar la hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”, en la investigación se ha respetado una serie de procesos referido a la gestión de stocks y la administración de pedidos en la distribuidora Mayorka, empezando por concebir la idea de interés social, planteando problemas y fijando objetivos e hipótesis, seguidamente se estructuro un marco teórico y conceptual, por último se realizó la recolección y análisis de datos y el planteamiento de las respectiva conclusiones y recomendaciones.

3.6.2. TIPO O ALCANCE DE INVESTIGACIÓN

Considerando la tipología de Hernández, Fernández y Baptista (2014) se eligió el tipo de investigación descriptiva de corte transversal; puesto que se analizó y evaluó los datos sobre la gestión de stocks y la administración de pedidos a través de conceptos, variables, dimensiones o componentes referidos a éstos, para someterlo luego a un análisis, describiendo los hechos y definiendo su comportamiento.

3.6.3. METODOS DE LA INVESTIGACION

Deductivo

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) en la investigación se aplicó el método deductivo que consiste en definir el objetivo y la pregunta (lo que se quiere hacer y lo que se quiere saber formulando posibles respuestas llamadas hipótesis, para el



caso sobre las dimensiones de la gestión de stocks y la administración de pedidos de la distribuidora Mayorka.

Descriptivo

Tiene como finalidad definir, clasificar, catalogar o caracterizar el objeto de nuestro estudio, para el caso se ha usado un cuestionario de 24 ítems que nos permitieron describir el comportamiento de las variables gestión de stocks y administración de pedidos en Mayorka - Puno.

Analítico

Si bien se entiende el todo como integridad, es necesario efectuar un proceso de desagregación de las partes para entenderlas en su singularidad; en la presente investigación se conoce el comportamiento general de las variables gestión de stocks y administración de pedidos a través del análisis de cada una de las dimensiones, indicadores e interrogantes planteadas en la investigación.

3.7. VARIABLES

3.8. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

La sistematización de los resultados obtenidos y el análisis de los datos, se realizaron generando una matriz de doble entrada con el programa SPSS 23, debido que la investigación busca caracterizar el comportamiento de las variables estudiadas, para obtener las distribuciones de frecuencia, porcentajes (%), promedios y figuras, su respectiva interpretación buscando el mejor entendimiento de los resultados de la investigación y que permitieron contrastar las hipótesis planteadas.

Para elaborar los cuadros estadísticos, y teniendo como base la calificación de la escala de Likert mencionados en el anterior ítem, se obtuvieron



los valores mínimo y máximo para este instrumento. Del mismo modo, se realizó la tabulación del rango y su respectiva valoración.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSION

En este capítulo se analiza la información obtenida producto de la investigación realizada, la misma está en función a los objetivos e hipótesis planteadas; para su comprensión se muestran figuras, en un primer momento se aborda los resultados sobre el comportamiento de las dimensiones de la gestión de stock para luego presentar los resultados sobre el comportamiento de las dimensiones de la administración de pedidos y concluir con el análisis sobre el comportamiento de las dos variables en la empresa Mayorka - 2018.

4.1 OBJETIVO ESPECÍFICO N° 1

Analizar el comportamiento de las dimensiones e indicadores de la gestión de stocks en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018

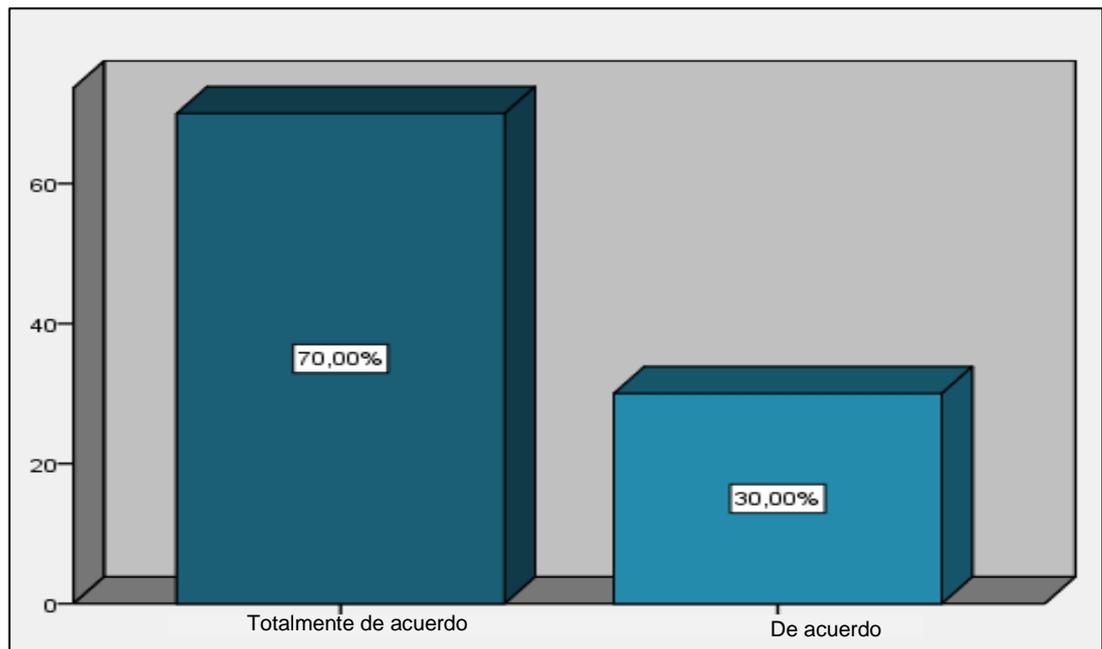


Figura 5. Control de entradas y salidas de productos

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores



INTERPRETACIÓN

En la figura 5 se observa que el 70% de los colaboradores están totalmente de acuerdo y el 30% están de acuerdo en que la empresa realiza una verificación adecuada de las entradas y salidas de los productos.

ANÁLISIS

Conforme a Ortiz (2008), el objetivo del control de entradas y salidas del almacén es reflejar las fluctuaciones de inventario con la máxima precisión. Gracias a ello, es posible conocer a fondo los flujos de mercancías y evaluar si el diseño y el funcionamiento de la instalación están respondiendo con eficacia o estén en la capacidad de corresponder a la demanda de los clientes; al respecto se tiene como resultado significativo que el 70% de los colaboradores están totalmente de acuerdo, esto significa que la empresa realiza la verificación adecuada de las entradas y salidas de los productos, se pudo observar que la empresa tiene un control ordenado de los ingresos y salidas de manera que puedan atender los pedidos de manera oportuna, controlan de una u otra manera la duplicidad de pedidos, y el desorden propio de esta confusión; para ello la empresa maneja un kardex para la compra y venta de los productos.

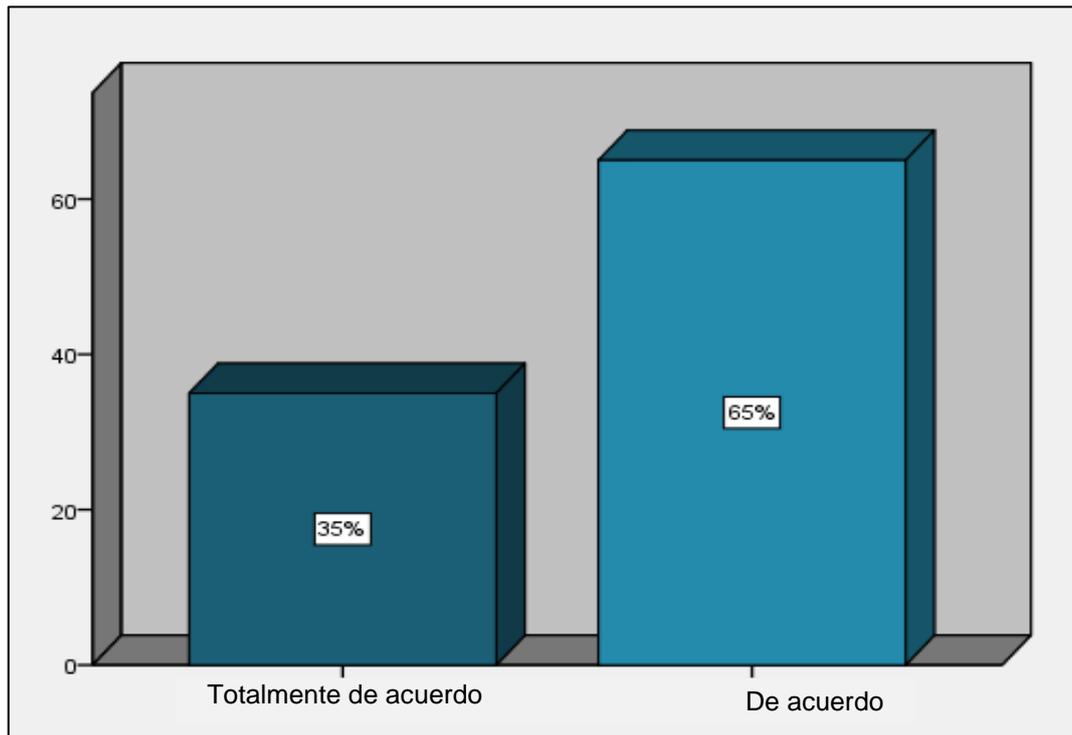


Figura 6. Clasificación de productos

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 6 se observa que el 35% de los colaboradores están totalmente de acuerdo y el 65% están de acuerdo en que la empresa distribuidora no maneja una correcta clasificación de los productos, esto denota que, si bien la empresa ofrece diferentes productos, éstos no se encuentran clasificados, lo que dificultaría la distribución oportuna de los pedidos.

ANÁLISIS

Belio y Sainz (2013) mencionan que un producto, es un bien o un servicio que es ofertado por una empresa con la finalidad de satisfacer una necesidad latente en el mercado; el producto se constituye en el eje centrífugo de las estrategias de venta, ya que a mayor venta, la empresa obtiene mayores ingresos; al respecto se tiene como resultado relevante que el 35% de los colaboradores están en desacuerdo sobre la correcta clasificación de los productos, en ese sentido

podemos mencionar que no basta que la distribuidora cuente con un gran cantidad de productos, sino que el éxito de una adecuada rotación de los mismos estará en la clasificación de los productos y los procedimientos que demanden manejar esta situación; se pudo observar que en el almacén los productos están apilados en los rincones de manera desorganizada, no respetando los tipos de productos, esto es, de limpieza, aseo personal, productos enlatados, bebidas, entre otros productos.

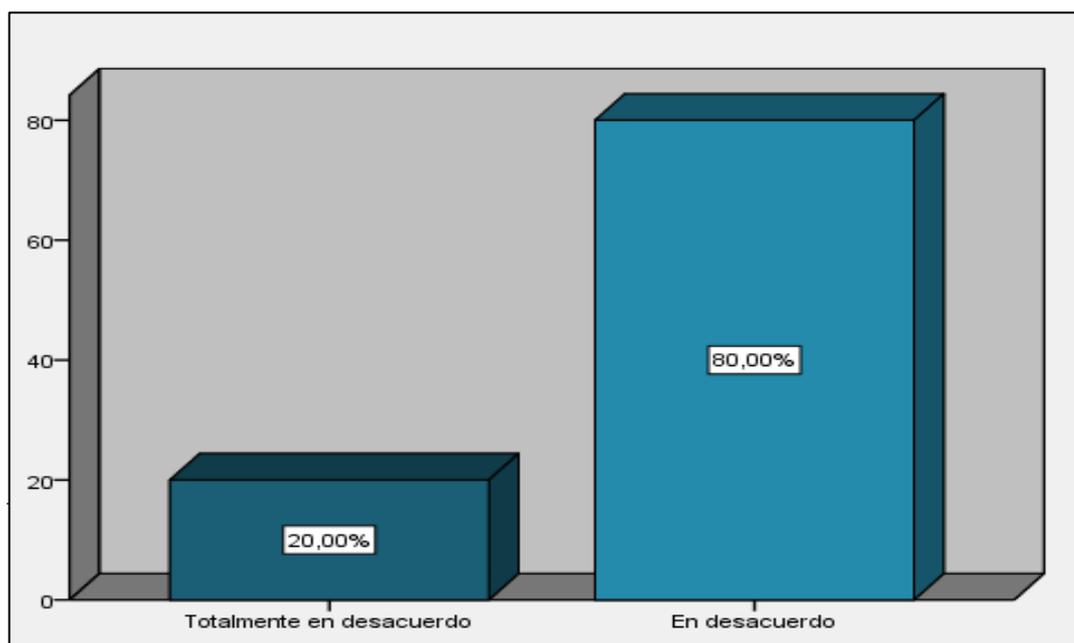


Figura 7. Stocks de productos

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores



INTERPRETACIÓN

En la figura 7 se observa que el 20% de los colaboradores están totalmente en desacuerdo y el 80% están en desacuerdo, en que la empresa ofrece variedad de productos.

ANÁLISIS

Acorde a Schiffman y Lazar (2005), el nivel de disponibilidad del producto se mide usando el nivel de servicio de ciclo o la tasa de surtido, que son métricas de la cantidad de demanda de la cliente satisfecha con los inventarios disponibles. El nivel de disponibilidad del producto, también conocido como nivel de servicio al cliente, es una de las principales medidas de la capacidad de respuesta; al respecto la distribuidora si bien cuenta con una amplia gama de productos, estos no guardan relación con lo que los clientes (bodegas) quieren, lo que hace que la relación no sea muy fluida, limitando la recepción de pedidos y como consecuencia la pérdida de estos cliente; al respecto se tiene como resultado significativo que el 20% de los encuestados están totalmente en desacuerdo sobre que la empresa tenga una amplia disponibilidad de productos; este detalle se sustenta en el sentido de que los productos con mayor rotación solo son las bebidas y víveres principalmente el arroz, azúcar y aceite; y lo peor que teniendo conocimiento de este comportamiento no se toman las previsiones correspondientes de aprovisionamiento, los pedidos se realizan solo cuando los mencionados productos se están terminando; las consecuencias saltan a la vista en el sentido de que no se abastece a todos sus clientes, principalmente en temporadas de alta demanda.

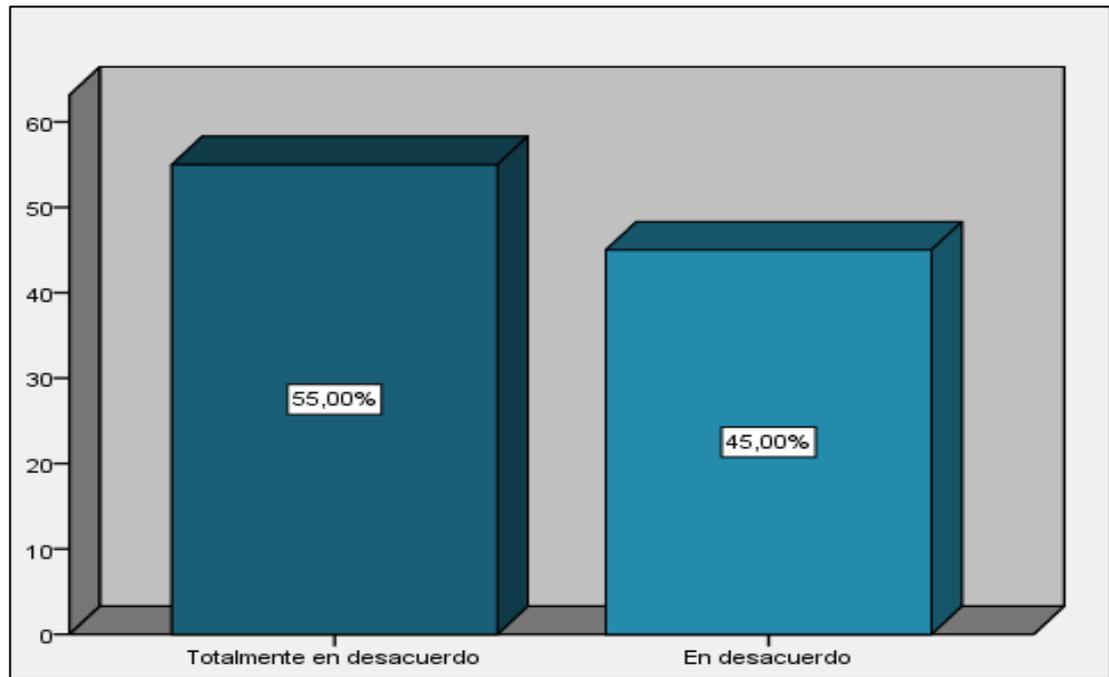


Figura 8. Atención de pedidos de los clientes

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 8 se observa que el 55% de los encuestados están totalmente en desacuerdo y que el 45% están en desacuerdo en que la empresa atiende de manera oportuna los pedidos de los clientes.

ANÁLISIS

Para Escudero (2017), la tendencia a la baja en la satisfacción de cliente nos habla de dos realidades que se pueden dar paralelamente o no; por un lado, están los consumidores cada día más exigentes; por otro lado, el ajuste de presupuestos y la falta de recursos hace que, en muchas ocasiones, se desinvierta o retire el foco en esta área; al respecto se tiene como resultado significativo que el 55% de los colaboradores están totalmente en desacuerdo en que la empresa atiende satisfactoriamente a sus clientes, en esa dirección al no atender a tiempo los pedidos generan malestar en los clientes, aspecto que también está relacionado a

que la empresa no cuenta con unidades móviles suficientes y disponibles para la atención oportuna de los pedidos.

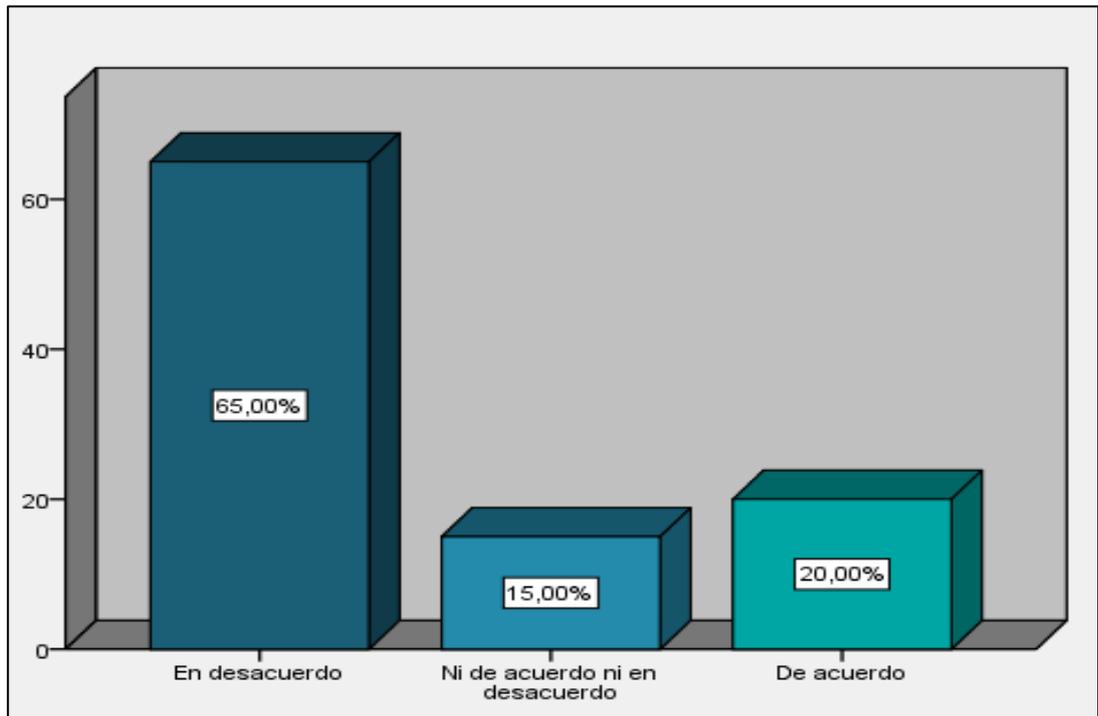


Figura 9. Atención oportuna de pedidos de productos

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 9 se observa que el 65% de los colaboradores están en desacuerdo, el 20% están de acuerdo y el 15% están ni de acuerdo ni en desacuerdo en que la empresa ofrece productos que son altamente requeridos, como es el caso de los útiles escolares

ANÁLISIS

Para Ingram (2004) Define que el sistema de procesos de pedido, es una función que se tiene que desenvolver con mayor inquietud, ya que de ello depende como la organización pueda mejorar, Al respecto se tiene como resultado significativo que el 65% de los colaboradores están en desacuerdo en que la empresa ofrece productos altamente requeridos, se pudo observar que la empresa se aprovisiona de distintos productos, siendo uno de ellos, los víveres, lo contrario ocurre con

las conservas, al tener estos una rotación lenta; asimismo se pudo observar que en épocas como las de campaña escolar se aprovisionan mayoritariamente de útiles de escritorio, en desmedro de los demás productos que ofrecen la empresa distribuidora.

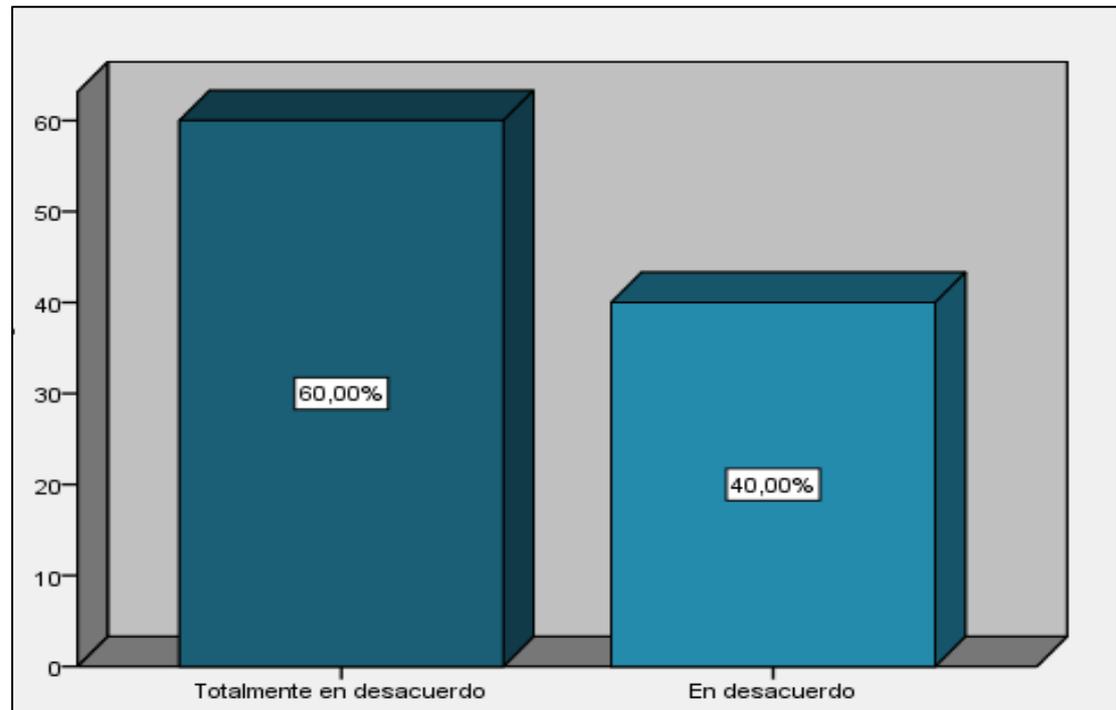


Figura 10. Atención de imprevistos

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 10 se observa que el 60% de los colaboradores están totalmente en desacuerdo y el 40% están en desacuerdo en que la empresa tiene un manejo adecuado de los stocks de los productos.

ANÁLISIS

Para Parra (2005) la atención de imprevistos se produce cuando una empresa distribuidora no tiene la cantidad suficiente de un determinado o varios productos y, por lo tanto, no puede abastecer los pedidos de los clientes. Para salvar esta situación, normalmente, las empresas contactan con el fabricante o proveedor de dicho producto y realizan el pedido, sin embargo, la reacción tardía

hace que se pierda los pedidos y como consecuencia clientes al no poder abastecerlos en el momento oportuno; al respecto se tiene que el 60% de los colaboradores están totalmente en desacuerdo, esto significa que, si un cliente realiza un pedido urgente o en grandes cantidades, la empresa no podría cumplir con el pedido solicitado.

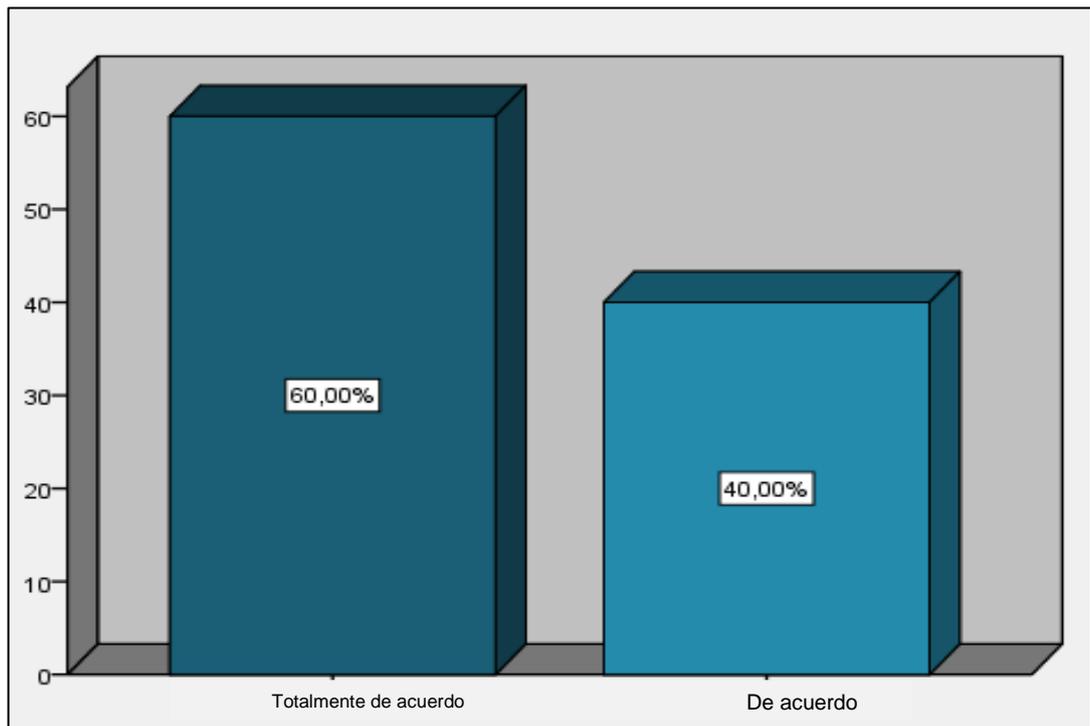


Figura 11. Utilización máxima de los espacios del almacén

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 11 se observa que el 60% de los colaboradores están totalmente de acuerdo y el 40% mencionaron están de acuerdo en que la empresa maneja adecuadamente la distribución de los espacios en donde se almacenan los productos.

ANÁLISIS

Según Vargas (2013), la distribución de espacio busca contribuir al incremento de la eficiencia de las actividades que realizan las unidades que conforman una organización. Proporciona a los directivos y empleados el espacio suficiente,

adecuado y necesario para desarrollar sus funciones de manera eficiente y eficaz; al respecto se tiene que el 60% de los encuestados mencionaron estar totalmente de acuerdo en que la empresa maneja adecuadamente la distribución de los espacios donde se almacenan los productos, se pudo percibir que el almacén es amplio, sin embargo para lograr una óptima distribución les falta implementar anaqueles, repisas y afines para que los productos estén ubicados correctamente, asimismo les falta considerar divisiones que permitan colocar los productos según sean víveres, enlatados, etc.; en suma el tratamiento de estos detalles permitirá ganar la máxima cantidad de los espacios disponibles en el almacén.

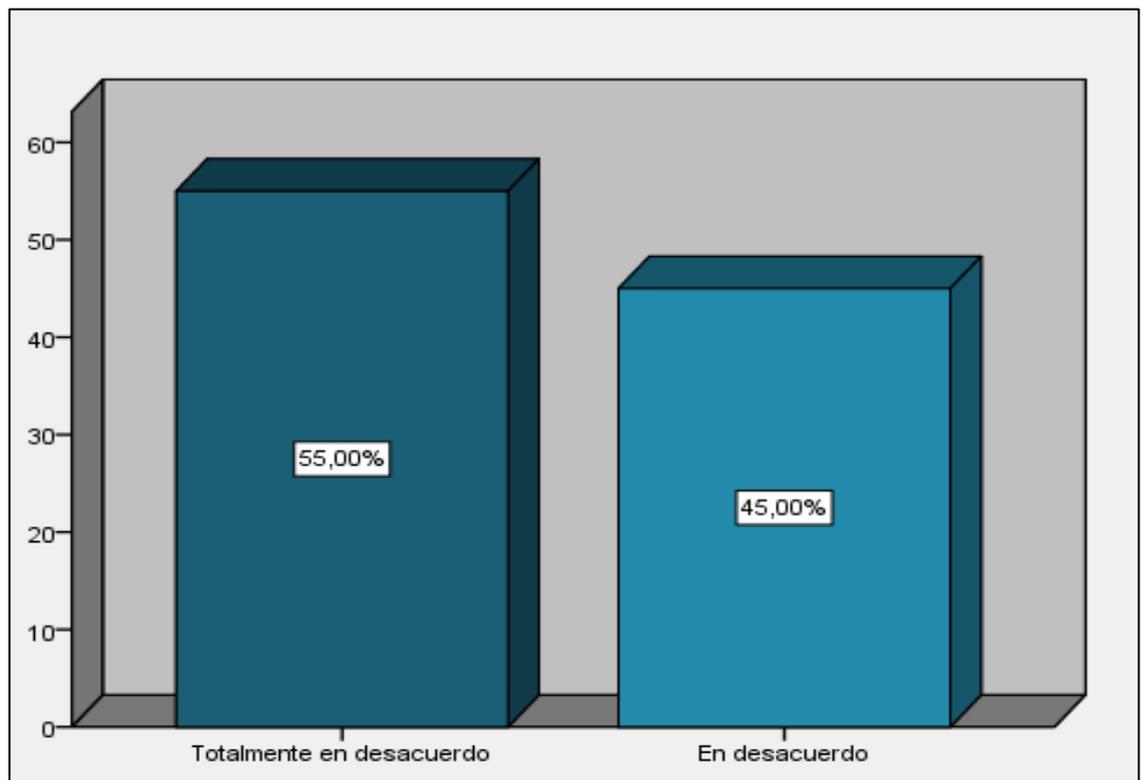


Figura 12. Frecuencia de inventario de productos

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En el gráfico 12 se observa que el 55% de los encuestados están totalmente en desacuerdo y el 45% en desacuerdo en que la empresa realiza un inventario de manera frecuente.

ANÁLISIS

Para Ballou (2006), una de las principales consideraciones al evaluar los procesos de inventario es decidir con qué frecuencia debes realizar físicamente un inventario, y hasta cuándo es suficiente hacer un recuento de ciclos, o conteo electrónico; al respecto se tiene como resultado más significativo que el 55% de los colaboradores están totalmente en desacuerdo en que la empresa realiza un inventario de manera frecuente, este resultado se sustenta en que los productos de los que se lleva un control son de alta rotación, este detalle hace que en algunas ocasiones los encargados no consoliden la información real sobre el movimiento de los productos lo que genera confusión al momento de atender nuevos pedidos; se ha percibido que la empresa no cuenta con registros de productos entrantes, dificultando el control de los stocks de estos productos.

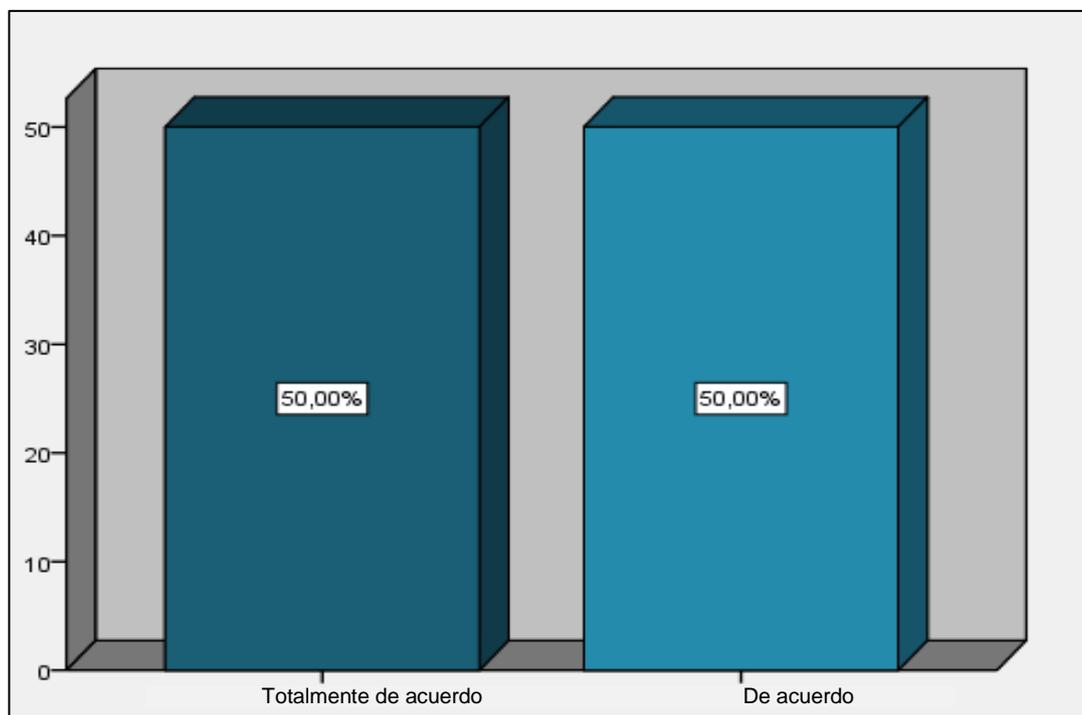


Figura 13. Control de productos deteriorados

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores



INTERPRETACIÓN

En la figura 13 se observa que el 50% de los colaboradores están totalmente de acuerdo y el 50% mencionaron que están de acuerdo en que la empresa tiene controlado el deterioro de productos.

ANÁLISIS

Acorde Claude (2005), el manejo de los inventarios de acuerdo con lineamientos de la contabilidad financiera y tributaria, y con un sólido control interno, conlleva a que éstos sean mantenidos, conservados de un modo adecuado, que evitará el deterioro de los mismos, evitando pérdidas monetarias considerables para la compañía, además, sus saldos en los estados financieros serán confiables; al respecto se tiene que el 50% de los colaboradores están totalmente de acuerdo y que el 50% están de acuerdo en que la empresa tiene controlado el deterioro de productos, este resultado se sustenta en el manejo que tiene la empresa sobre las fechas de vencimiento, por ejemplo, en productos que no tienen mucha rotación como las conservas, además se tiene el caso de los envases que en algunos casos llegan aplastados y como la empresa tiene un solo almacén se puede identificar claramente los productos en mal estado.

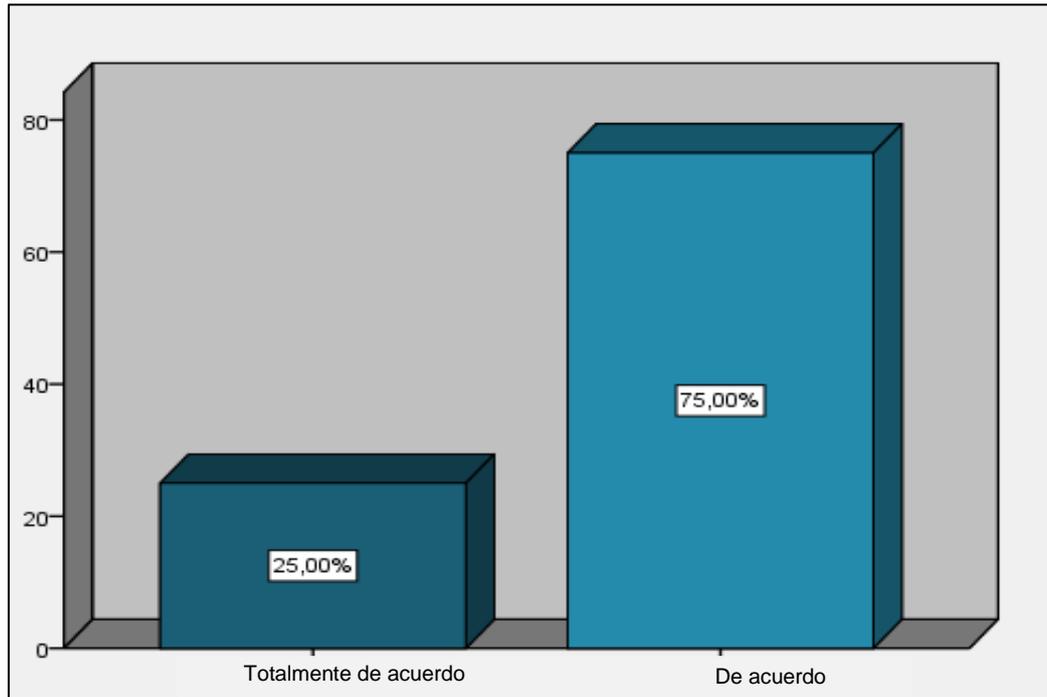


Figura 14. Órdenes de compra atendidas

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 14 se observa que el 75% de los colaboradores están de acuerdo y el 25% están totalmente de acuerdo en que los proveedores son puntuales en la entrega de los pedidos realizados por la empresa, el manejo de esta situación facilita la atención de los pedidos realizados por los clientes de manera oportuna.

ANÁLISIS

Para Román (2011), un elemento clave es el tiempo de entrega por parte de los proveedores. Resulta ser uno de los mejores indicadores para evaluar su cumplimiento al momento de enviar productos u ofrecer servicios. Aquí es recomendable revisar los registros de entrega para determinar si son puntuales o no; al respecto se tiene como resultado significativo que el 75% de los colaboradores están de acuerdo en que los proveedores son puntuales en la entrega de los pedidos realizados por la empresa; lo cual está sustentado en que la empresa maneja una cartera adecuada de proveedores dependiendo los

productos a solicitar, de manera que esto le permita satisfacer el abastecimiento oportuno de los productos solicitados por los clientes.

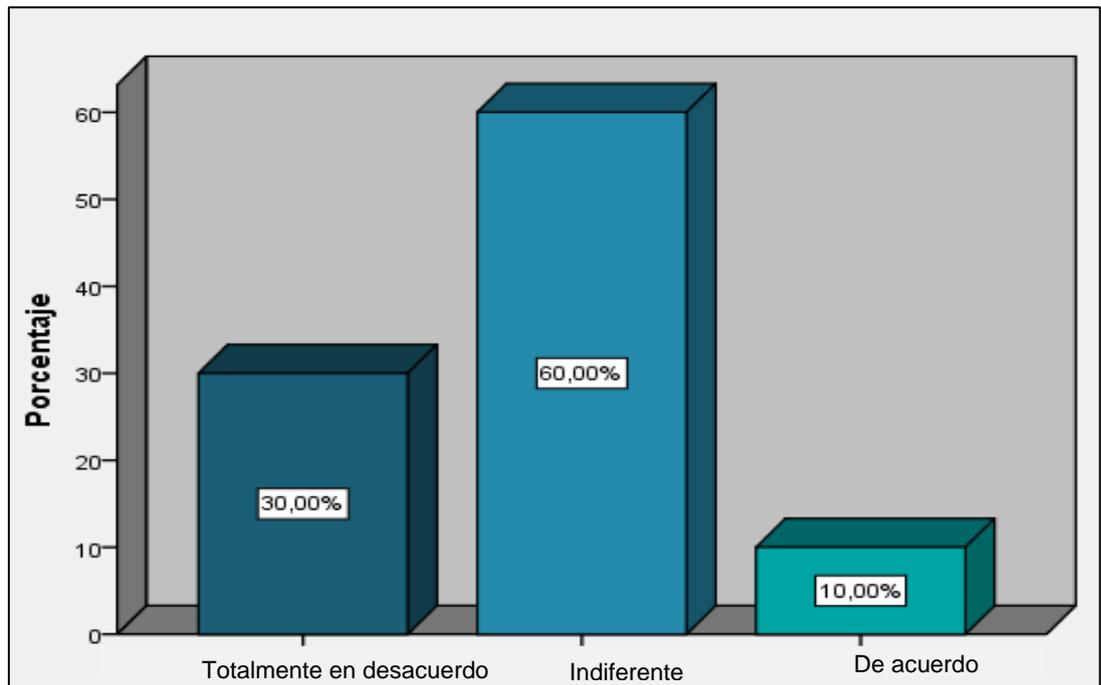


Figura 15. Rotación de mercadería

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 15 se observa que el 30% de los colaboradores están totalmente en desacuerdo, el 60% están ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 10% están de acuerdo en que la empresa distribuidora no tiene mucha rotación de mercaderías y que rotación alta se da solo en determinadas temporadas.

ANÁLISIS

Acorde con Horngre (2004), la tasa de rotación es una indicación de que tan frecuente se vende los productos; asimismo ésta rotación le indica a la empresa si un producto se vende rápida o lentamente, además esta información ayuda a la compañía a tomar decisiones de cómo manejar esta situación; al respecto se tiene como resultado significativo que el 60% de los colaboradores están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la afirmación planteada, resultado que guarda

relación con lo que realmente ocurre en la empresa en el sentido de que las mercancías que más rotación solo son los víveres y los demás productos como conservas tienen una rotación lenta; sin embargo, la empresa para manejar esta situación se aprovisiona de productos, según las temporadas y la estacionalidad.

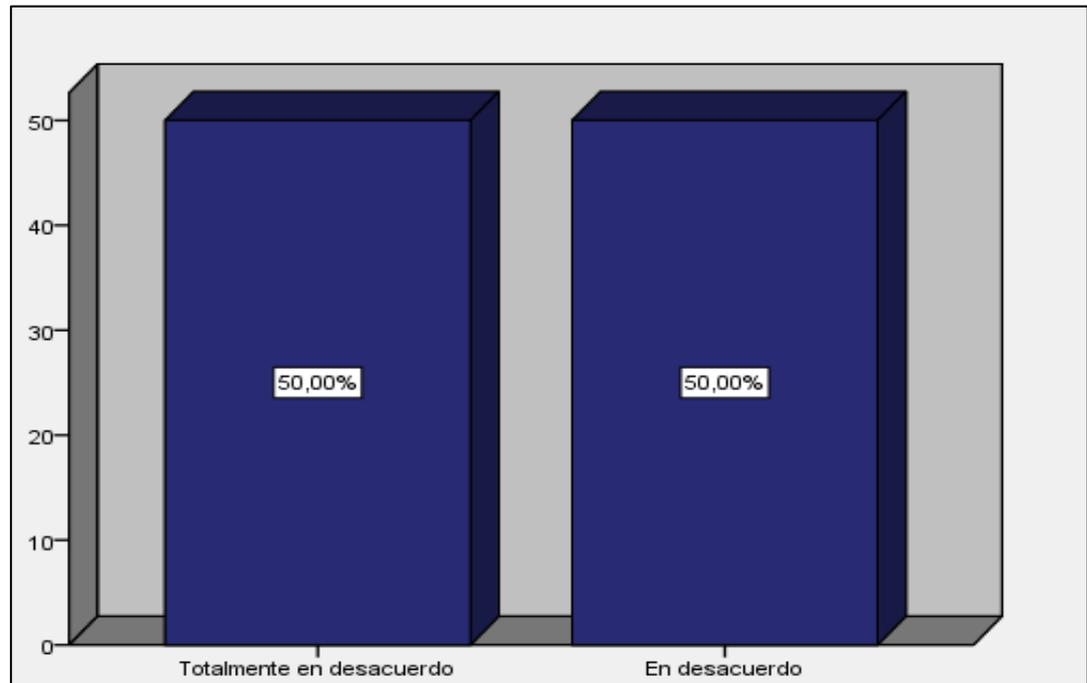


Figura 16. Modalidades de pago por parte de los proveedores

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 16 se observa que el 50% de los colaboradores están totalmente en desacuerdo, y el 50% están en desacuerdo en que la empresa distribuidora puede optar por diversas modalidades de pago por los pedidos solicitados.

ANÁLISIS

Según Burt, Dobler y Donald (2015), hasta los años ochenta, la función de aprovisionamiento fue relegada a las operaciones de compra y administración del inventario. No obstante, las exigencias del medio competitivo actual han llevado a reconocer su importancia en la estrategia empresarial. Hoy se acepta que la fiabilidad, la calidad y el buen desempeño de una empresa dependen en gran parte del desempeño de su base de proveedores, siempre debemos buscar

las mejores condiciones de pago, es decir, que el financiamiento o plazo del crédito otorgado sea el mayor posible, sin que ello implique recargo alguno. Mientras mejores condiciones de pago, mayor liquidez para la empresa. Al respecto se tiene que el 50% de los colaboradores están totalmente en desacuerdo ante la afirmación planteada, este detalle se sustenta en que actualmente la empresa tiene como única modalidad de pago, el efectivo, sin embargo la presión tecnológica en el rubro hace necesario la implementación de mecanismos por parte de los proveedores que permitan realizar los pagos con tarjeta, o a través de transferencias bancarias, más en el supuesto de que los pedidos sean en mayores volúmenes y se tenga que abonar mayores cantidades de dinero, esto además permitiría la seguridad y confianza de los clientes ante los proveedores, manejando la disponibilidad de tiempo y la ubicación de los clientes.

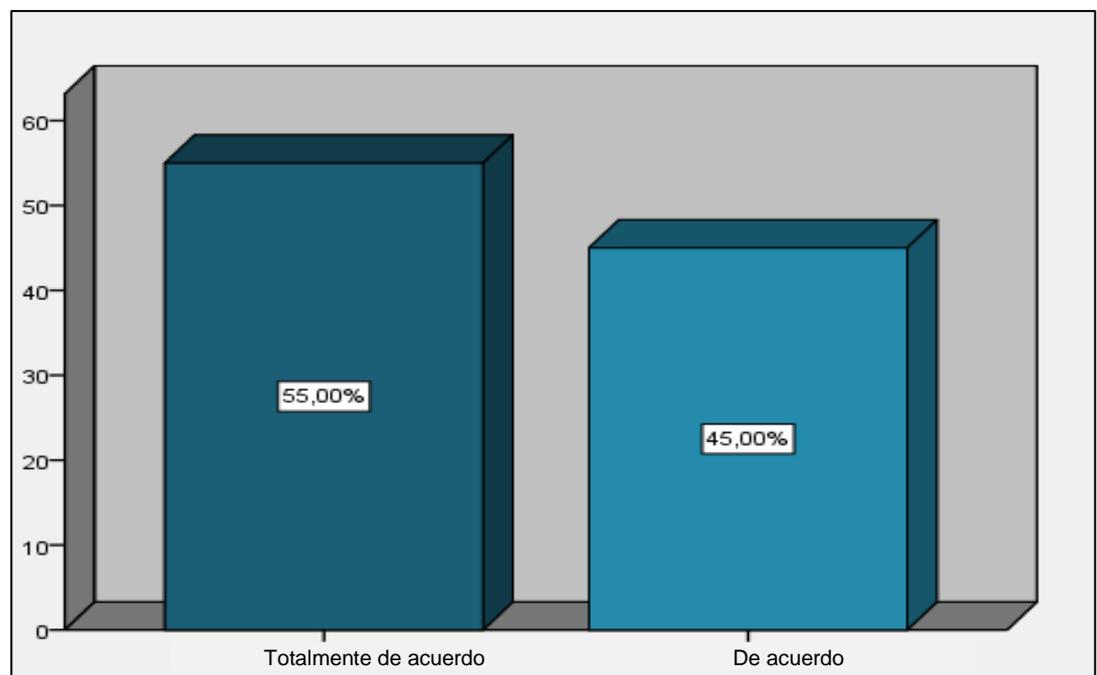


Figura 17. Costos de mantenimiento de productos
Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 17 se observa que el 55% de los colaboradores están totalmente de acuerdo y el 45% están de acuerdo en que la empresa toma en cuenta el costo de mantenimiento de los productos.

ANÁLISIS

Según Moreno (2011), los costos de mantenimiento del inventario son fundamentales en la gestión de materiales en una organización. Es un hecho que influye en las decisiones de inventario puesto que mientras más tiempo pase un ítem en la estantería, mayor será su costo de mantenimiento, por lo que podemos decir que los costos mínimos del inventario se alcanzan cuando los costos de mantenimiento son iguales a los costos de reposición; al respecto se tiene como resultado significativo que el 55% de los colaboradores están totalmente de acuerdo con la afirmación planteada, esto significa que los costos de mantenimiento están bien manejados en el entendido de que la empresa solo cuenta con un solo almacén; se pudo observar una correcta distribución de los productos lo que hace que el mantenimiento de los anaqueles, contenedores y afines se manejen de manera eficiente.

Tabla 2. Resumen comportamiento de las dimensiones sobre gestión de stocks

Dimensiones	TD	D	NAND	A	TA	Promedio Dimensiones
Volumen	45.00%	57.00%	15.00%	39.00%	56.25%	42.45%
Compras	30.00%		60.00%	45.00%	37.50%	43.13%
Costos				45.00%	55.00%	50.00%
Promedio escala de valoración	37.50%	57.00%	37.50%	43.00%	49.60%	45.20%

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

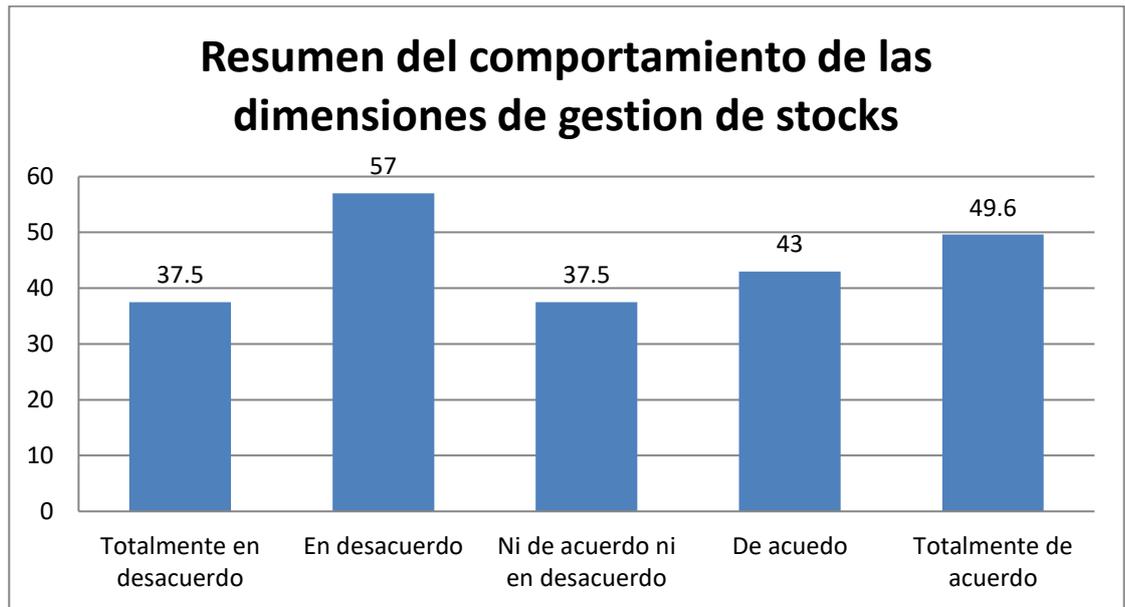


Figura 18. Resumen comportamiento de las dimensiones sobre gestión de stocks
Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la tabla 2 y la figura 18 se observa el comportamiento de las dimensiones consideradas para medir la gestión de stocks, las mismas que denotan el comportamiento promedio siguiente: en cuanto a VOLUMEN se tiene el 42.45%, en COMPRAS el 43.13% y en COSTOS el 50.00% de los resultados; en cuanto al promedio en la escala de valoración se tiene que, el 37.5% de los resultados se ubican en la escala totalmente en desacuerdo; el 57.0% en desacuerdo; el 37.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo; el 43.0% de acuerdo y el 49.6% de los resultados se ubican en la escala totalmente de acuerdo.

ANÁLISIS

De acuerdo a los resultados se puede deducir que la empresa distribuidora sustenta su razón de ser como tal, se percibe de manera general que el manejo de las dimensiones volumen, compras y costos, de una u otra manera están manejados de manera favorable (45%) que les permite cumplir y atender los pedidos solicitados por sus clientes; sin embargo se denota una brecha sustancial (55%) que debe ser manejada por los directivos de la distribuidora Mayorka –

Puno para consolidarse como la empresa distribuidora líder en el mercado regional.

4.2 OBJETIVO ESPECIFICO N° 2

Analizar el comportamiento de las dimensiones e indicadores de la administración de pedidos en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018

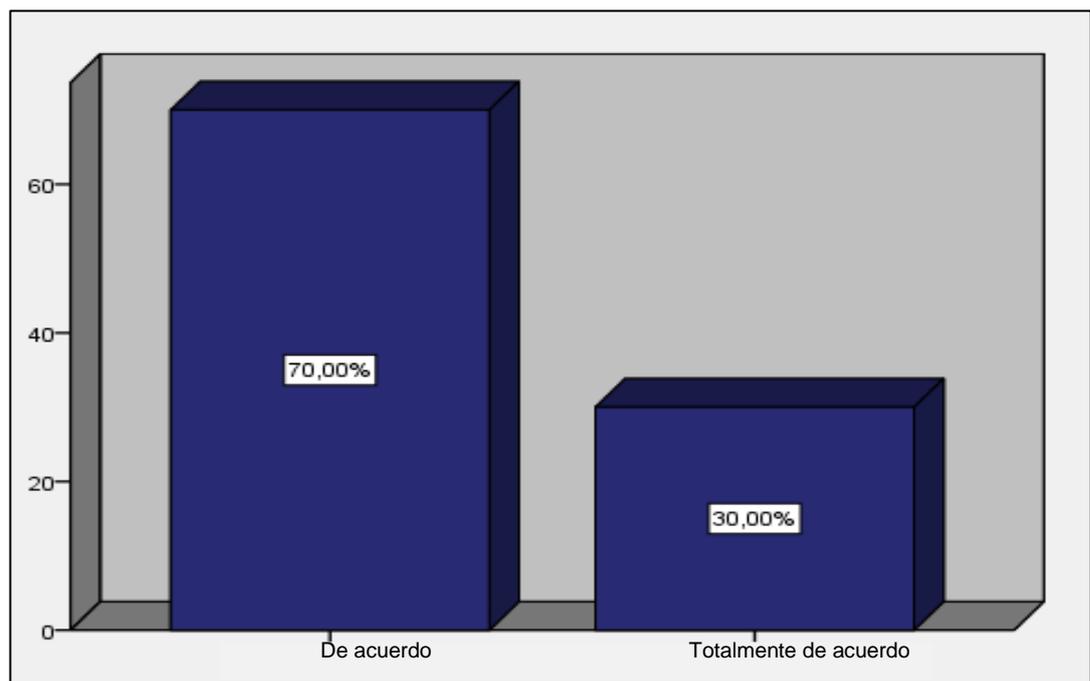


Figura 19. Atención de los pedidos

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 19 se observa que el 70% de los colaboradores están de acuerdo y el 30% están totalmente de acuerdo en que la empresa ofrece un buen servicio a los clientes.

ANÁLISIS

Conforme a Londoño (2006), la atención al cliente es vital para la buena marcha de cualquier organización. El cliente, que siempre ha de estar en el centro de nuestro compromiso y acción, debe sentir que se le atiende de manera ágil,

amable, correcta y, sobre todo, de que vean superadas sus expectativas; al respecto se tiene como resultado significativo que el 70% de los colaboradores están de acuerdo ante la afirmación planteada; esto es, que la empresa distribuidora atiende de manera amable a los clientes en especial a los que son antiguos, estos tienen la prioridad a la hora de la atención; la misma consideración tienen también los clientes nuevos al momento de ser atendidos; esta afirmación de que si fueron o no bien atendidos se denota en que éstos vuelven a realizar nuevos pedidos.

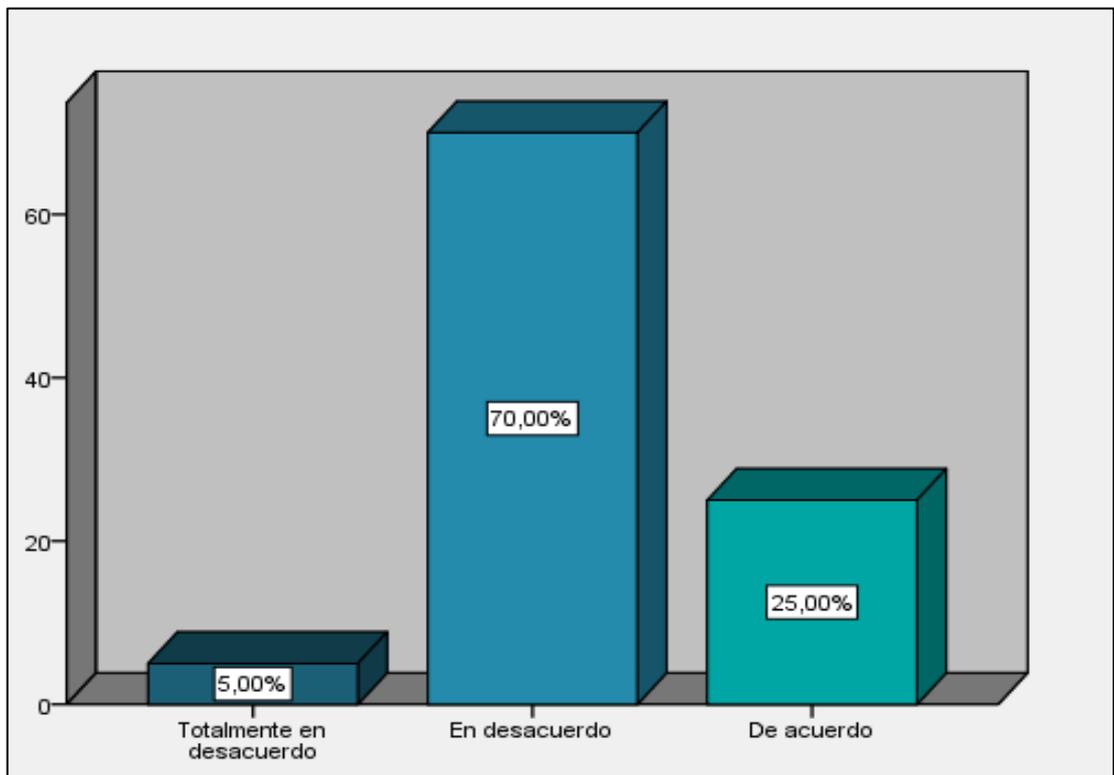


Figura 20. Canales de distribución

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 20 se observa que el 70% de los colaboradores están en desacuerdo; 5% están totalmente en desacuerdo y el 25% están de acuerdo en que la empresa



no ofrece alternativas para la entrega oportuna de los productos, a pesar de que utiliza un canal indirecto.

ANÁLISIS

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, un canal de distribución "es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial"

Al respecto la empresa maneja un canal corto en el sentido de que al tener una buena cantidad de proveedores los productos pasan directamente al cliente final.

La longitud de un canal de distribución depende de la naturaleza del producto y no hay ninguna regla exacta. Además, se puede utilizar la figura del agente en la intermediación de algunos productos. En la figura 20 se observa que el 70% de los colaboradores están en desacuerdo; 5% están totalmente en desacuerdo y el 25% están de acuerdo, en la empresa se maneja un canal indirecto largo de distribución, ya que la cadena va desde la empresa productora, distribuidor mayorista, minorista y al consumidor final, los pedidos no pueden ser atendidos a veces por la no predisposición y limitada comunicación con el distribuidor mayorista.

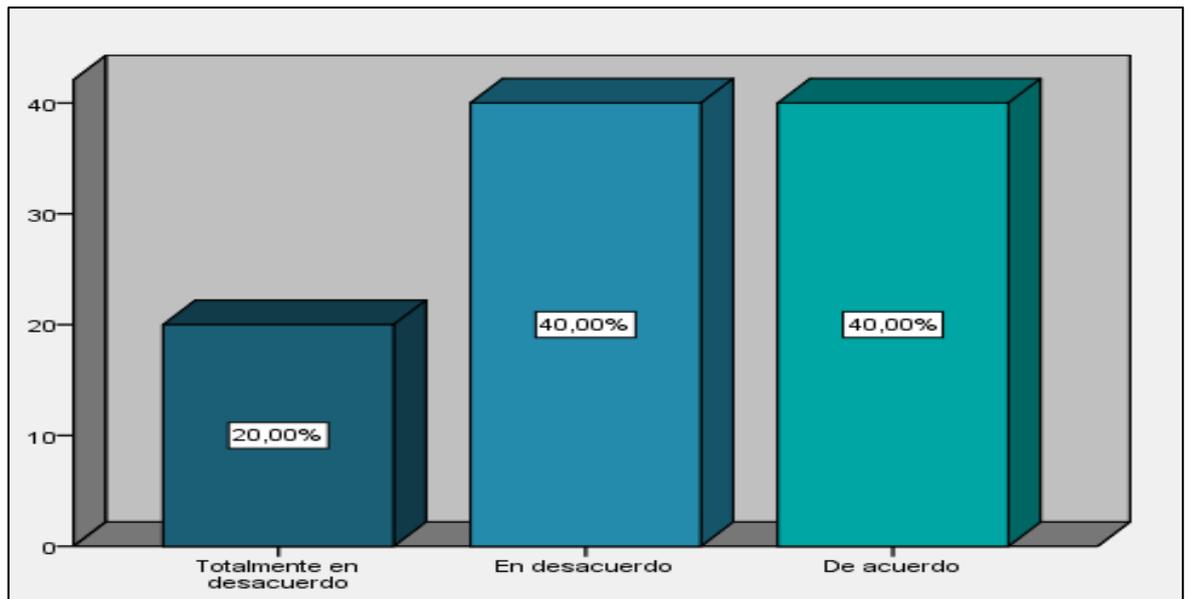


Figura 21. Entrega oportuna de pedidos

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 21 se observa que el 20% de los colaboradores están totalmente en desacuerdo; el 40% están en desacuerdo y el 40% están de acuerdo en que la empresa cumple con la entrega de los productos solicitados en el tiempo acordado.

ANÁLISIS

Conforme a Martínez (2015), la gestión de pedidos y distribución consiste en actividades que resultan el cumplimiento de las ordenes de pedido del cliente, a la vez que se asegura el máximo valor de la cadena de suministro y servicio al cliente; al respecto se tiene que el 20% de los colaboradores están totalmente en desacuerdo en que la empresa cumple con la entrega en el tiempo oportuno, detalle que se sustenta en el sentido de que la empresa maneja de manera empírica el control de los stock de los productos, que algunas veces surte efecto, esto es, que si se cumple con atender los pedidos, pero que en otras la entrega se realiza con demoras, además la atención de los pedidos por parte de la empresa

está en función de que algunas veces se cuenta con algunos productos en stock, en el otro extremo es de que no se tiene en stock algunos productos, lo que hace los pedidos se demoren en su atención.

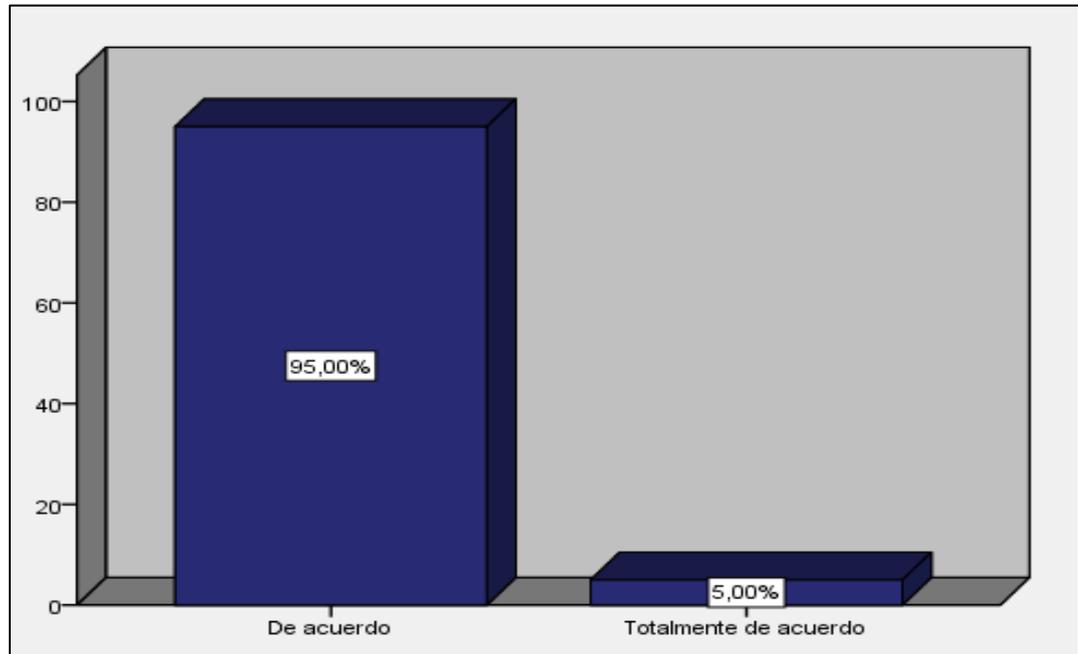


Figura 22. Alternativas para la entrega de productos
Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 22 se observa que el 95% de los colaboradores están de acuerdo y el 5% están totalmente de acuerdo en que la empresa ofrece distintas alternativas para la entrega de los productos a sus clientes.

ANÁLISIS

Según Sánchez (2016) el cliente es lo primero. Las empresas hacen grandes esfuerzos para retener a sus clientes e invierten en atención, en el producto, en la publicidad y en marketing, Pero cuando llega el momento de poner el broche de oro: la entrega del producto, algunos deciden que ese instante carece de importancia y es cuando aparece el descontento y la posibilidad de que al tardar en recibir su pedido un cliente diga adiós a tu empresa. Al respecto se tiene como resultado significativo que el 95% de los colaboradores están de acuerdo

con la afirmación planteada, esto significa que al momento de realizar una venta y si se trata de una compra significativa la empresa dispone de un motocar para trasladar los productos hasta el lugar donde dispongan los clientes, adicionándoles un costo mínimo; para los clientes antiguos se les hace el servicio de delivery sin costo alguno, siendo uno de los resultados más significativos en la investigación, en el entendido de que de una u otra manera se satisfacen los requerimientos de los clientes; siendo un punto muy importante en la relación empresa - clientes.

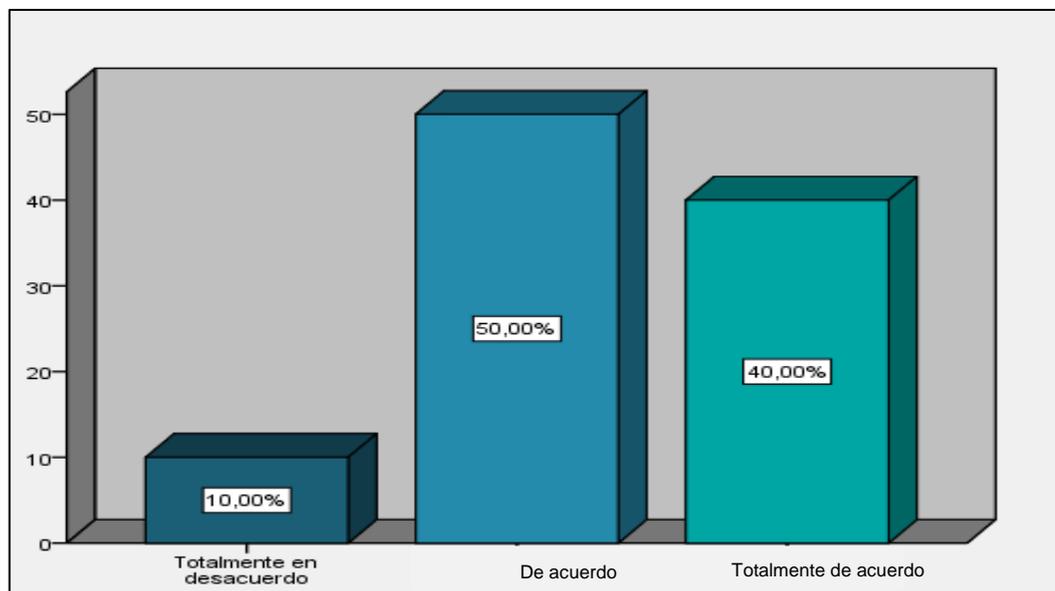


Figura 23. *Productos de calidad*

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 23 se observa que el 50% de los colaboradores están de acuerdo, el 40% están totalmente de acuerdo y el 10% están totalmente en desacuerdo en que la empresa ofrece productos alimenticios y no alimenticios de calidad.

ANÁLISIS

Según Fabregas (2005), la calidad se usa como adjetivo en el lenguaje diario, sin embargo, es un sustantivo, hay "buena" o "mala" Calidad. Por sí sola, la calidad es la descripción de algún producto no infiriendo nada bueno o malo, la calidad

no es un valor, sin embargo, muchas veces se la confunde con la palabra satisfacción que produce el producto al ser consumido; al respecto se tiene como resultado significativo que el 50% de los colaboradores están de acuerdo en que la empresa distribuidora ofrece productos de calidad, en esa dirección se logró indagar que la empresa tiene como proveedores a aquellos que representan a marcas sólidas en el mercado que de una u otra manera respaldan los productos ofrecidos, sumado a ello se tiene el mantenimiento constante de las instalaciones y escaparates donde están ubicados los productos denotando casi siempre que están bien conservados; si se mantiene estos detalles la empresa continuara teniendo la preferencia de los clientes, y la consideración de las empresas competidoras.

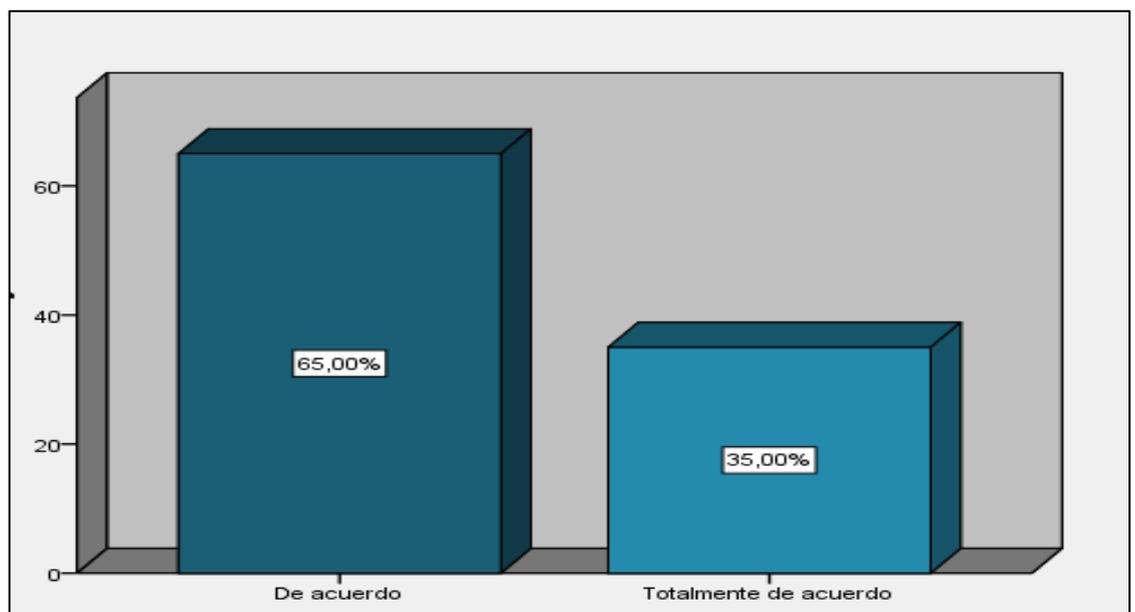


Figura 24. Accidentes y/o imprevistos en la entrega de productos

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 24 se observa que el 65% de los colaboradores están de acuerdo y el 35% están totalmente de acuerdo en que la empresa si cuenta con un plan de contingencia en caso de accidentes y/o imprevistos en la entrega de productos.

ANÁLISIS

Conforme a Martínez (2014), los planes de contingencia son aplicables a todo tipo de entes o instituciones, entre ellos, las empresas. El plan de contingencia de una empresa es un conjunto de medidas de carácter organizativo, técnico y humano que tiene como principal finalidad la continuación del negocio o establecer cómo actuar cuando ocurren situaciones extraordinarias y/o en que existe algún tipo de riesgo; al respecto se tiene como resultado significativo que 65% de los colaboradores están de acuerdo en que la empresa si cuenta con un plan de contingencia, para nuestro caso se pudo observar que en el almacén donde se encuentran los productos, existe señalizaciones para los casos de emergencia, asimismo cuentan con extintores en caso de ocurrir incendios, además de algunos equipos y accesorios para el manejo y manipulación adecuada de los productos.

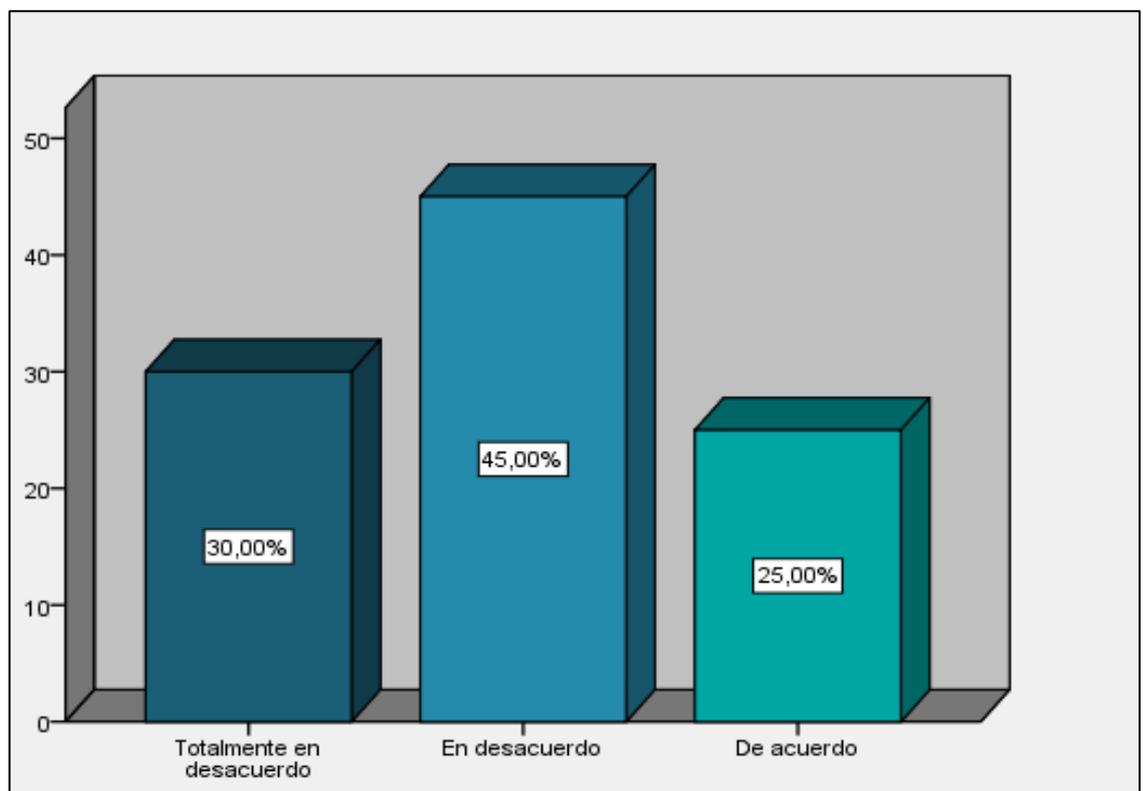


Figura 25. Pedidos rechazados y/o cancelados

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores



INTERPRETACIÓN

En la figura 25 se observa que el 45% de los colaboradores están en desacuerdo; el 30% están totalmente en desacuerdo y el 25% están de acuerdo en que la empresa tiene pedidos que son cancelados y rechazados, debido a que no se cumple con la entrega en el momento oportuno.

ANÁLISIS

Acorde a Piñeiro (2015), la máxima efectividad en las entregas de los productos a los clientes finales se conoce como el momento de la verdad donde se verifican todas las variables logísticas que integran la calidad total en la entrega al consumidor final y no solo se incorporan las variables de tiempo, calidad y documentos sino la presentación de la tripulación de entrega y sus respectivos equipos de transporte; al respecto se tiene como resultado relevante que el 45% están en desacuerdo en que la empresa tiene pedidos cancelados o rechazados, sin embargo el análisis permite deducir que la empresa estaría descuidando aspectos relacionados a un buen manejo de stock, detalle tan insignificante pero que como se denota trae serias repercusiones, como es la cancelación o rechazo de los pedidos por parte de los clientes.

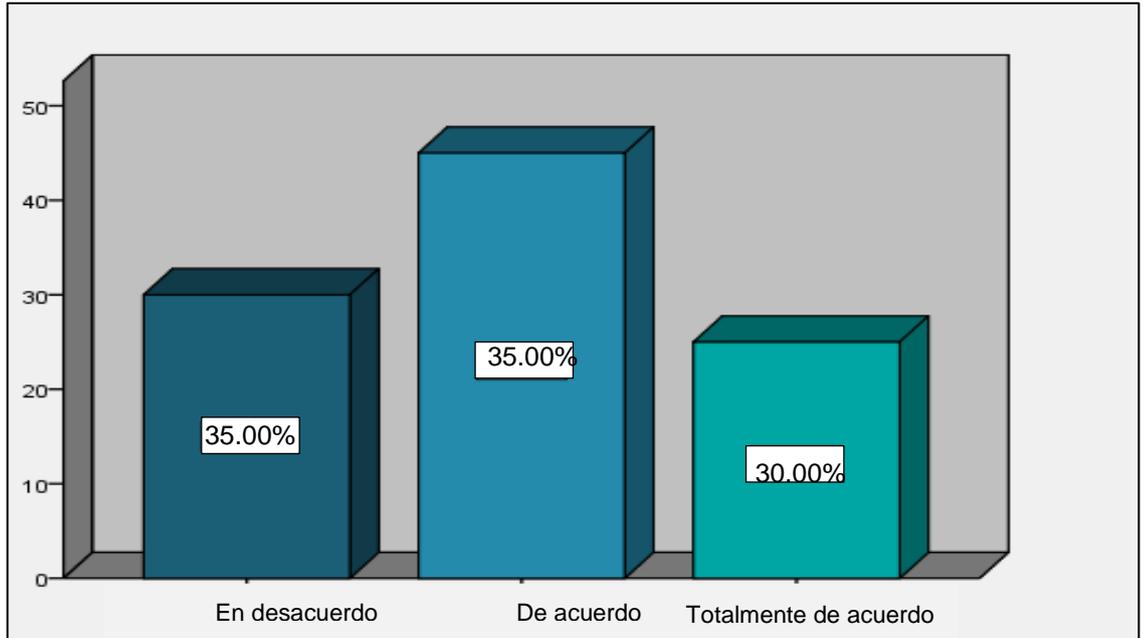


Figura 26. Atención de reclamos

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 26 se observa que el 35% de los colaboradores están en desacuerdo; el 35% están de acuerdo y el 30% están totalmente de acuerdo en que la empresa toma en cuenta los reclamos que se encuentran en el respectivo buzón.

ANÁLISIS

Según Aponte (2016), la manifestación de una queja, se denota cuando el consumidor o usuario pone en conocimiento su inconformidad con relación a un producto o servicio, ante el oferente que le ha vendido el bien o prestado el servicio, como ante la autoridad administrativa con competencia para ello; al respecto se tiene como resultado relevante que el 35% están en desacuerdo sobre el tratamiento de las quejas o reclamos en el sentido de que no son tomadas en cuenta, denotando que se tiene un buzón de sugerencias o quejas solo como una simple formalidad para hacer frente ante la autoridad competente; buscando el lado positivo en la investigación es necesario que la empresa pueda tratar estas

quejas o reclamos con el fin de identificar que dimensiones están siendo descuidadas o necesitan ser mejoradas para continuar teniendo la aceptación de los clientes.



Figura 27. Servicio post venta

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 27 se observa que el 50% de los colaboradores están totalmente en desacuerdo, y el 50% están en desacuerdo en que la empresa no ofrece ningún tipo de servicio posventa a sus clientes.

ANÁLISIS

Según Ongallo (2013), el servicio post venta es una de las mejores formas de generar lealtad hacia tu marca y conseguir la fidelidad de tus clientes. Un cliente satisfecho es la mejor publicidad que puedes tener, ya que incentiva el marketing de referencia; al respecto se tiene como resultado significativo que el 50% de los colaboradores están en desacuerdo en que la empresa ofrece un servicio post venta, esto significa que la empresa podría tener mayores pedidos si solo

comunicaría a los clientes que llegaron nuevos productos o si los productos entregados están en perfectas condiciones y si no fuese así la empresa está denotando que esta presta al cambio o devolución de los mismos.

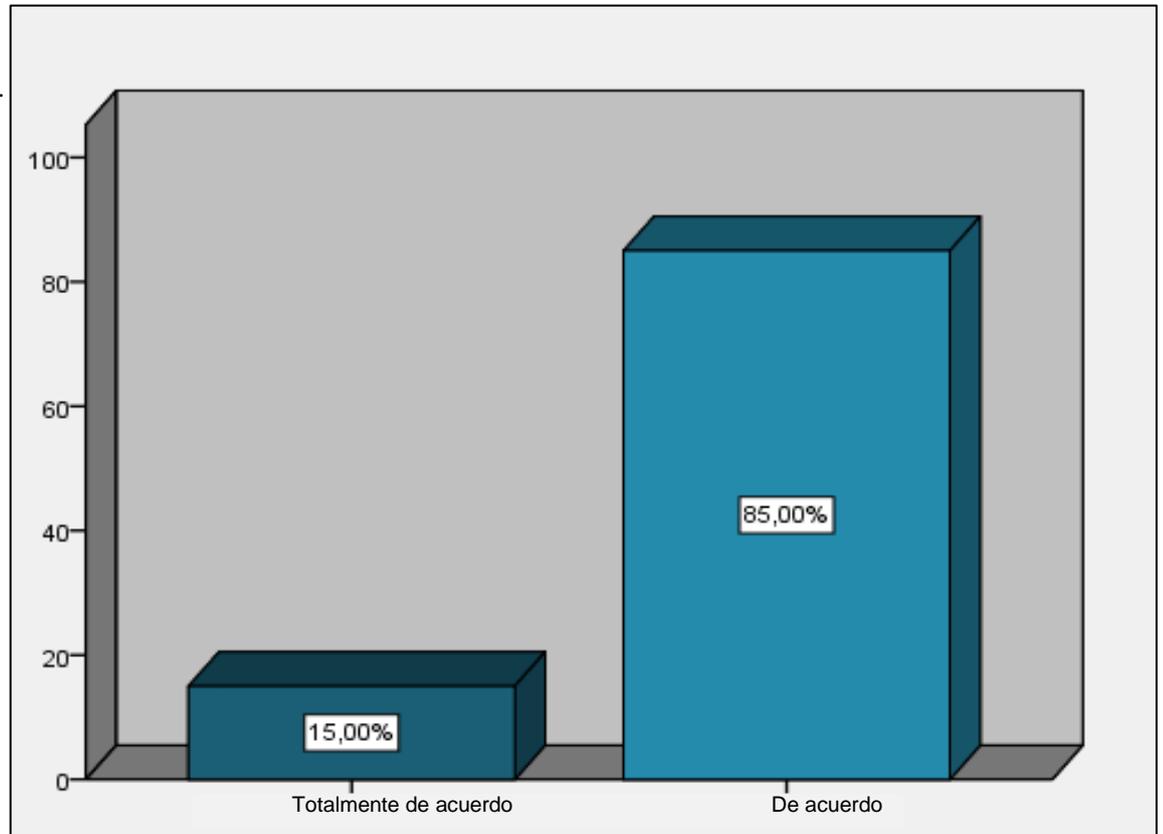


Figura 28. Servicio eficaz

Fuente: Cuestionario aplicado a colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 28 se observa que el 85% de los colaboradores están de acuerdo y el 15% están totalmente de acuerdo en que la empresa ofrece un servicio eficaz.

ANÁLISIS

Para Paz (2005), los equipos de ventas se enfrentan diariamente a crecientes requisitos de servicio, al tiempo que sienten la presión de tener que reducir los costes que ello conlleva. Mientras tanto, el servicio que se ofrece a los clientes muchas veces resulta insuficiente, ineficaz y con muchos asuntos pendientes de ser resueltos. Según un estudio el 80% de las empresas encuestadas se

enorgullecen de tener un excelente servicio al cliente; mientras que, solo el 8% de sus clientes estaban de acuerdo con esta afirmación, a raíz de que el servicio abarca varios aspectos desde el orden del almacén hasta la entrega del producto, y por aspectos de que si no hay orden, limpieza y entrega oportuna consideran que no se brinda un servicio eficaz; al respecto se tiene como resultado relevante que el 85% de los colaboradores están de acuerdo en que la empresa ofrece un buen servicio, partiendo de la amabilidad en la atención, la calidad de los productos y la entrega oportuna de los pedidos, aspectos que de una u otra manera hacen sostenible la preferencia de los clientes.

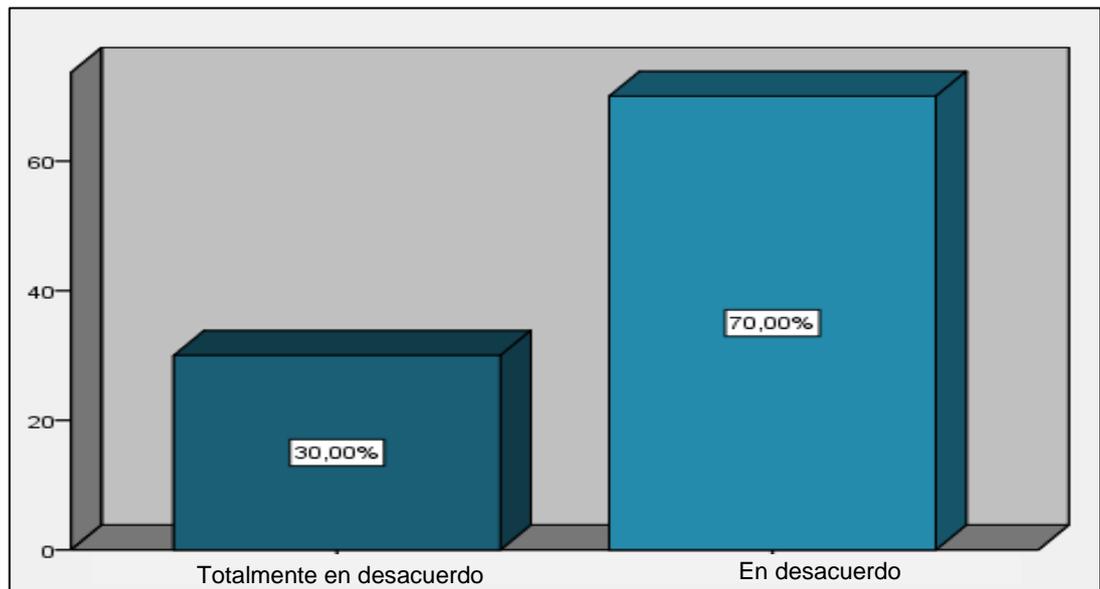


Figura 29. Capacitación del personal

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la figura 29 se observa que el 70% de los colaboradores están en desacuerdo y el 30% están totalmente en desacuerdo sobre la capacitación del personal.

ANÁLISIS

Para Dessler (2011), la capacitación laboral son las acciones formativas que lleva a cabo una empresa orientadas a ampliar los conocimientos, habilidades,



aptitudes y conductas de sus trabajadores; al respecto se tiene que el 30% de los colaboradores están totalmente en desacuerdo con la afirmación planteada; esto significa que la empresa no realiza ninguna capacitación para los colaboradores de la empresa; se asume que estos necesitan de ello para un mejor manejo de los inventarios, manipulación de productos, entre otros aspectos relacionados; se pudo observar que algunos directivos de la empresa de una u otra manera dan algunas indicaciones por ejemplo sobre el manejo y atención de los inventarios; la empresa aún no asume la importancia de la capacitación a los colaboradores.

Tabla 3. Resumen comportamiento de las dimensiones sobre administración de pedidos

Dimensiones	TD	D	NAND	A	TA	Promedio Dimensiones
Toma de pedidos	5.00%	70.00%		47.50%	30.00%	38.13%
Distribución del producto	15.00%	40.00%		62.50%	26.66%	36.04%
Eficacia	36.66%	50.00%		48.33%	22.50%	39.37%
Promedio escala de valoración	18.90%	53.30%		52.80%	26.40%	37.90%

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

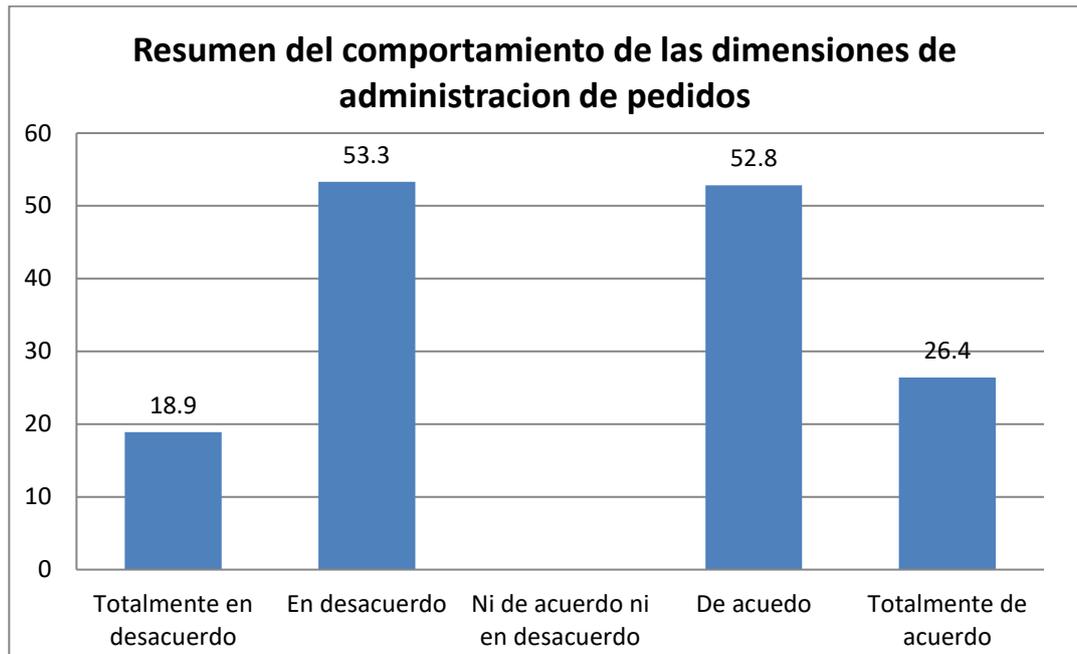


Figura 30. Resumen comportamiento de las dimensiones sobre administración de pedidos

Fuente: Cuestionario aplicado a los colaboradores

INTERPRETACIÓN

En la tabla 3 y la figura 30 se observa el comportamiento de las dimensiones consideradas para medir la administración de pedidos, las mismas que denotan el comportamiento promedio siguiente: en cuanto a la TOMA DE PEDIDOS se tiene el 38.13%, en DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO el 36.04% y en EFICACIA el 39.37% de los resultados; en cuanto al promedio en las escalas de valoración se tiene que, el 18.9% de los resultados se ubican en la escala totalmente en desacuerdo; el 53.3% en desacuerdo; el 52.8% de acuerdo y el 26.4% de los resultados se ubican en la escala totalmente de acuerdo.

ANÁLISIS

De acuerdo a los resultados promedio se percibe que el manejo de las dimensiones toma de pedidos, distribución del producto y eficacia de una u otra manera satisfacen las expectativas de los clientes (38%); sin embargo, se denota una brecha sustancial (62%) que debe ser manejada por los directivos de la



distribuidora Mayorka – Puno para satisfacer y superar las expectativas de los clientes.



4.3 OBJETIVO ESPECÍFICO N° 3

Proponer lineamientos que permitan lograr una eficiente gestión de stocks en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno

En base a los resultados obtenidos y analizados, la propuesta siguiente se encuentra enmarcada en lograr la eficiencia en la gestión de stocks mejorando la distribución del espacio en el almacén.

El tratamiento de este elemento incluirá una serie de acciones y estrategias que permitirán la optimización de los espacios del almacén.

a. Objetivo

Mejorar el manejo del almacén diseñando y ejecutando diversas estrategias que permitan aprovechar al máximo los espacios del almacén.

b. Alcance

Bajo la premisa de que la empresa es un todo, se releva el enfoque sistémico por el cual cada área debe colaborar con lo que le corresponde, sin embargo, para la investigación se debe empezar con los colaboradores responsables del área de almacén, haciendo que éstos logren manejar adecuadamente los espacios del almacén; para ello se hará llegar la propuesta de manera personal y directa al gerente de la distribuidora Mayorka, con la finalidad de buscar la eficiencia en la gestión de stocks para atender de manera fluida los pedidos solicitados por los clientes.

c. 1.3 Flujogramas para la eficiente gestión de stocks

Los flujogramas considerados buscan lograr la eficiencia de los procedimientos desde la recepción o toma de pedidos hasta la entrega de los mismos.

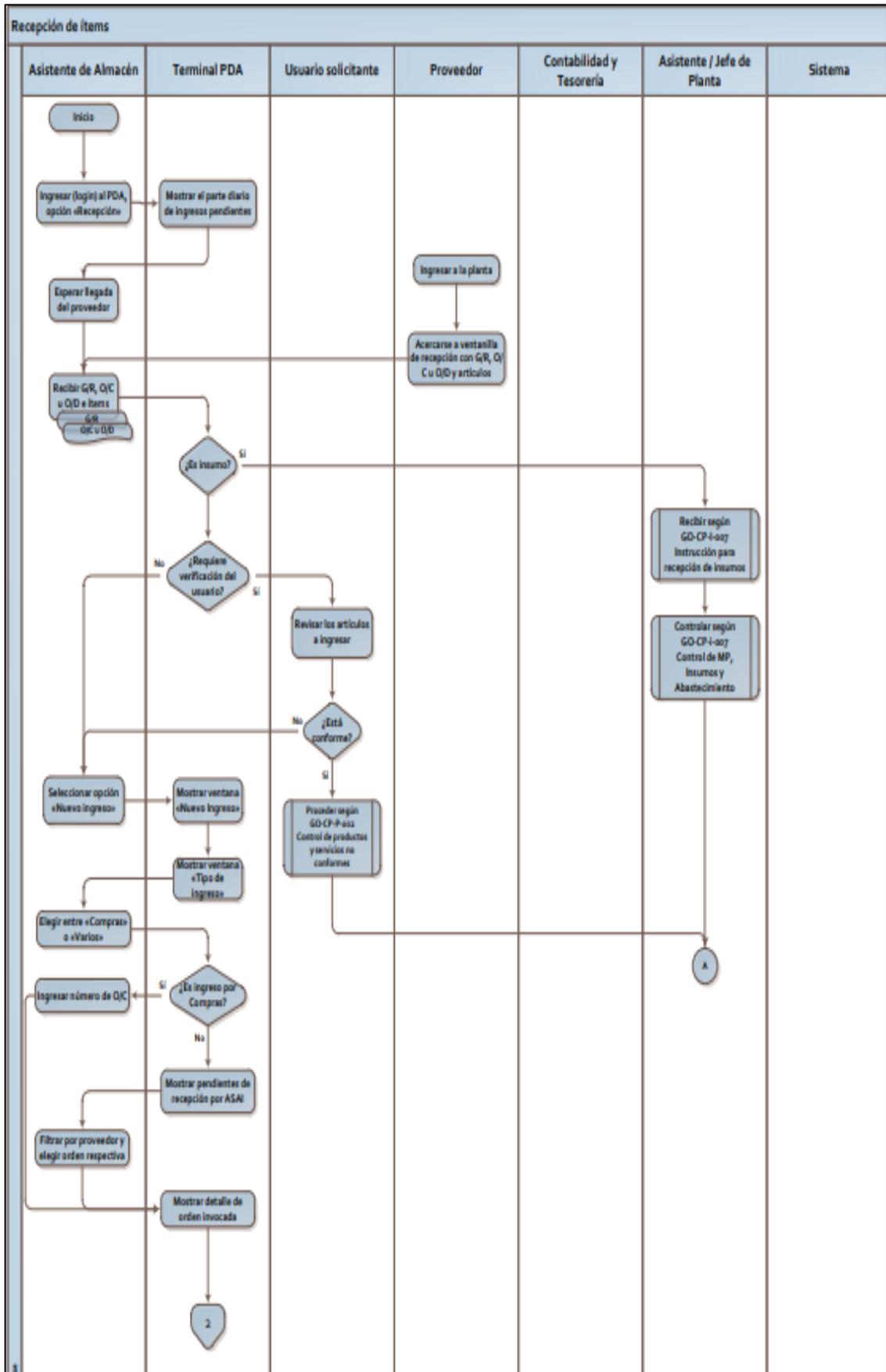


Figura 32. Flujoograma de recepción en almacén
Fuente: Elaboración propia

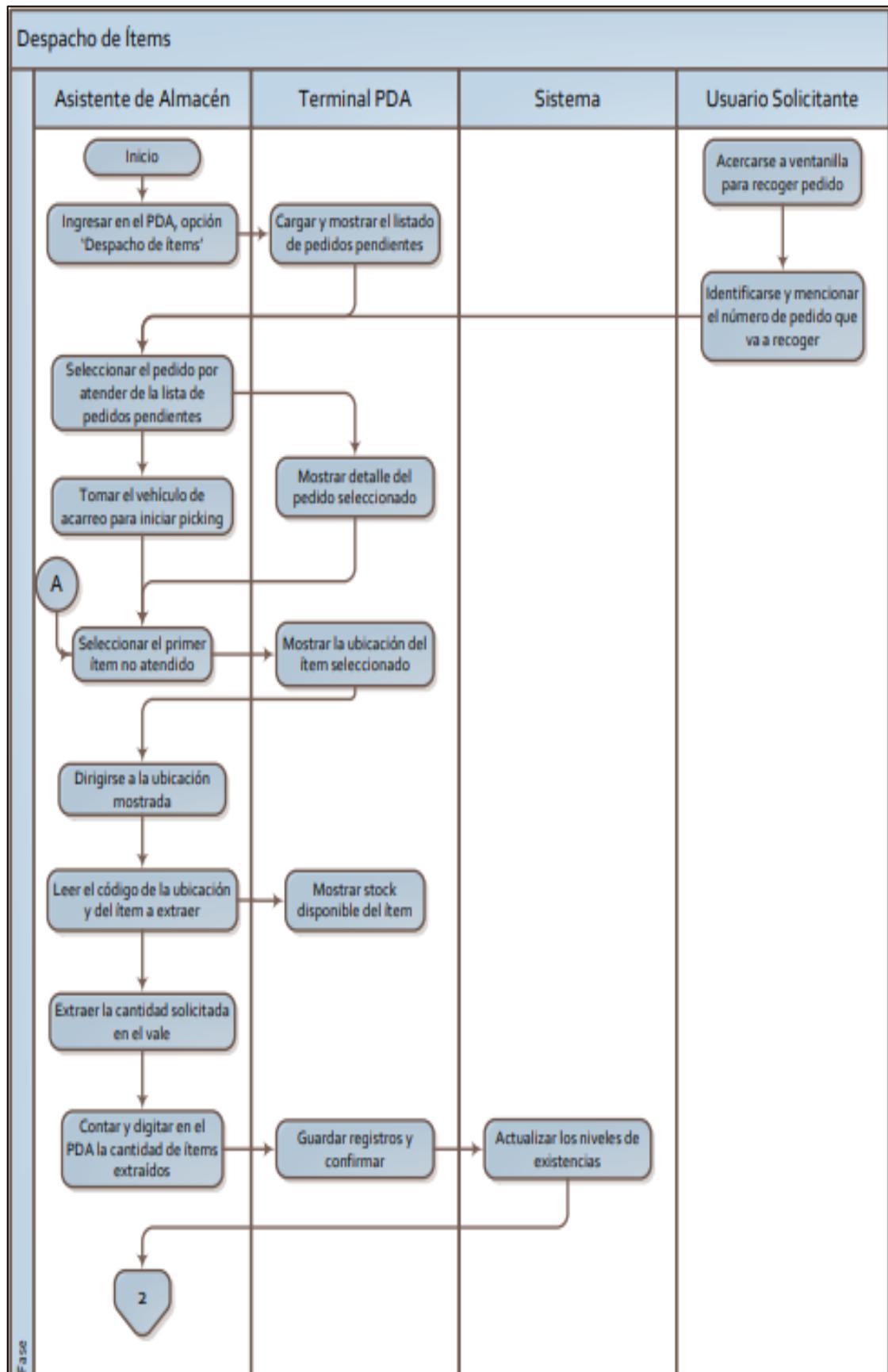


Figura 33. Flujograma de despacho de pedidos

Fuente: Elaboración propia

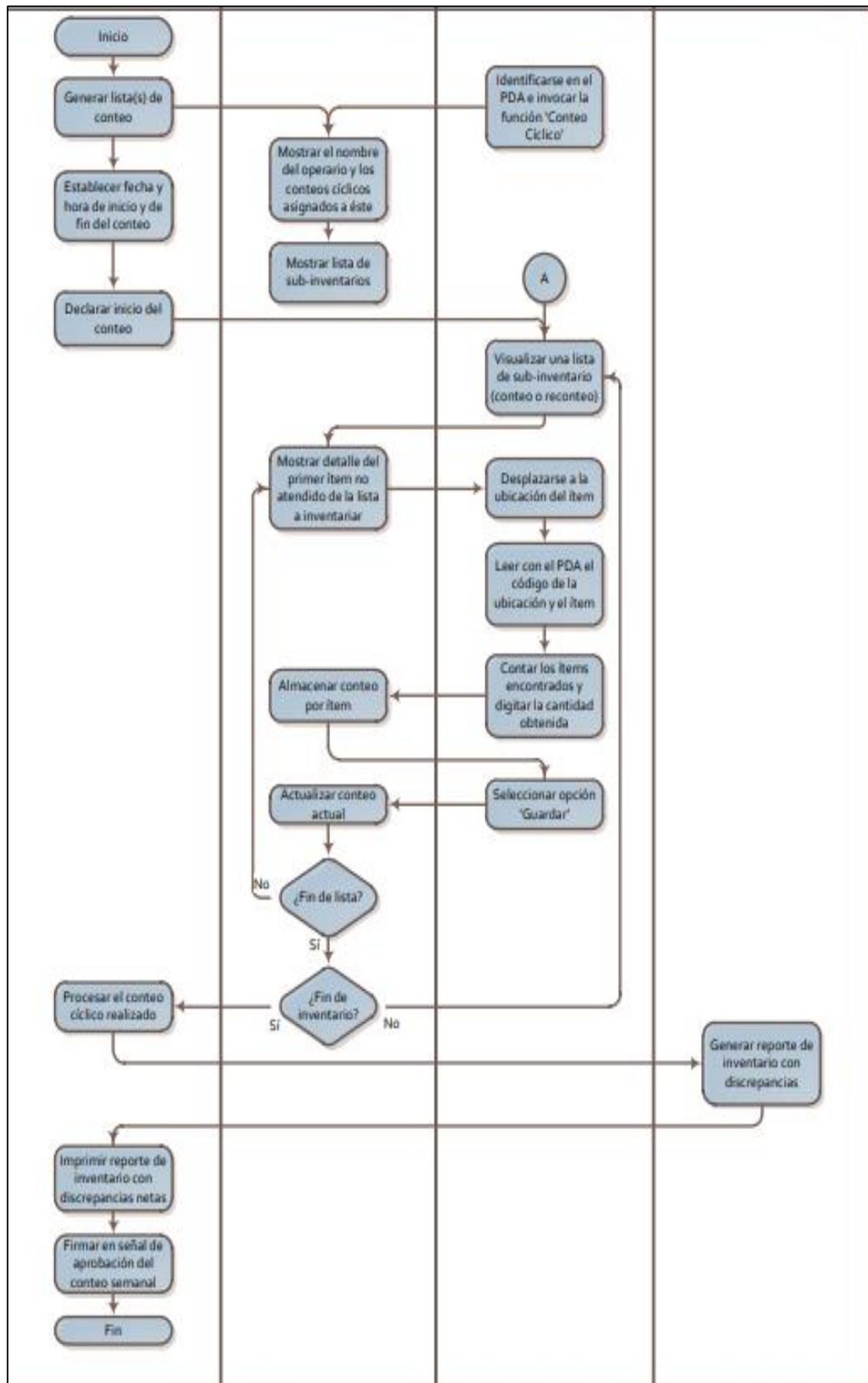


Figura 34. Flujoograma de control de inventarios.

Fuente: Elaboración propia



4.4 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

4.4.1 CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1:

De acuerdo a los resultados obtenidos sobre el comportamiento mostrado por cada una de las dimensiones e indicadores considerados en la gestión de stock tenemos que los resultados promedio de esta variable se ubican en la escala de acuerdo (49.58%) y en desacuerdo (57.00%); siendo en la dimensión VOLUMEN donde se encuentran resultados favorables para la investigación (56.25%), en razón de que ubican en la escala de acuerdo; asimismo en esa dirección encontramos al indicador, las órdenes de compra son alcanzadas anticipadamente a los proveedores (75.00%); estas consideraciones nos permiten **VALIDAR Y ACEPTAR** la hipótesis planteada, esto es, que existen dimensiones e indicadores que muestran resultados favorables y desfavorables en la gestión de stocks en la empresa Mayorka - 2018

4.4.2 CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

De acuerdo a los resultados obtenidos sobre el comportamiento mostrado por cada una de las dimensiones e indicadores considerados en la administración de pedidos, tenemos que los resultados promedio de esta variable se ubican en la escala de acuerdo (52.77%) y en desacuerdo (53.33%); siendo la dimensión DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO la que muestra resultados favorables para la investigación (62.50%) en razón de que se ubican en la escala de acuerdo; asimismo en esa dirección encontramos al indicador, la empresa ofrece alternativas de entrega de los productos a los clientes (95%) en razón de que se ubican en la escala de acuerdo; estas consideraciones nos permiten **VALIDAR Y ACEPTAR** la hipótesis planteada, esto es, que existen dimensiones e indicadores que muestran resultados favorables y desfavorables en la administración de pedidos en la empresa Mayorka – 2018

4.4.3 CONTRASTACIÓN DE LA HIPÓTESIS GENERAL



De acuerdo a los resultados obtenidos podemos mencionar que el comportamiento de las variables gestión de stocks y administración de pedidos de manera general se manejan de manera favorable, tal como se evidencia en los resultados de las tabla 2 y 3 resumen sobre el comportamiento de estas dos variables; donde el 49.58% de los resultados se ubican en la escala totalmente de acuerdo para la variable gestión de stocks y 52.77% para la variable administración de pedidos, todo ello fruto del comportamiento de sus dimensiones e indicadores considerados en la investigación; lo que nos permite **VALIDAR Y ACEPTAR** la hipótesis general planteada

4.5 DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en la investigación con respecto al objetivo general: Analizar el comportamiento de las dimensiones e indicadores de la gestión de stocks y la administración de pedidos en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018, son concordantes con Rodríguez (2016), en el sentido de que, el control del almacén si se relaciona con la gestión de stocks, ambas variables se relacionan significativamente.

En cuanto a los resultados obtenidos de acuerdo al primer objetivo específico de la investigación: analizar el comportamiento de las dimensiones e indicadores de la gestión de stocks en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018, es concordante con el trabajo de Cabriles (2014) quien manifiesta que es importante contar con un sistema de inventarios ya que ayudara a la empresa a tener el control sobre sus productos y a su vez tener información en tiempo real y verídica para cumplir con el proceso de toma de pedidos de manera eficiente.

En cuanto a los resultados obtenidos de acuerdo al segundo objetivo específico de la investigación: analizar el comportamiento de las dimensiones e indicadores de la administración de pedidos en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno –



2018, es concordante con el trabajo de Ferrer (2015) quien indica que la gestión de inventarios o la gestión de existencias en el almacén puede derivar en una minimización de los costes, que permitirá a la empresa obtener un mayor margen de beneficio a la hora de distribuir sus productos.



V. CONCLUSIONES

Primero: Referente al objetivo general, se concluye que el comportamiento de las variables gestión de stocks y la administración de pedidos en la distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno; están determinadas por el comportamiento de sus dimensiones e indicadores, los cuales muestran resultados favorables y desfavorables y que merecen ser abordados de manera sistémica para tomar mejores decisiones y lograr resultados favorables.

Segundo: Con respecto al primer objetivo específico, concluimos que la gestión de stocks en la distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno; según los ítems analizados refleja resultados favorables y desfavorables; los resultados favorables han sido evidenciados y analizados en el desarrollo de la investigación, sin embargo también ítems y resultados que deben ser mejorados, como por ejemplo el manejo de stocks (80%), la atención oportuna de los pedidos (65%), la realización de inventarios de los productos (55%), entre otros elementos que se consideran en la gestión de stocks, son resultados que necesitan tomar medidas correctivas por parte de los directivos de Mayorka.

Tercero: Respecto al segundo objetivo, concluimos que la administración de pedidos en la distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno; muestran resultados favorables evidenciados y analizados en el desarrollo de la investigación, sin embargo existen ítems y resultados que deben ser mejorados, como por ejemplo mejorar los canales de distribución (70%), recibir y absolver dudas después de los pedidos solicitados (50%), brindar capacitaciones de manera constante (70%), entre otros elementos que se consideran en la administración de pedidos, son resultados que deben ser abordados de manera urgente por parte de los directivos y revertir la actual situación de Mayorka.



VI. RECOMENDACIONES

Primero: Se recomienda a los responsables de las áreas encargadas de estos procesos en la distribuidora Mayorka controlar el volumen de los productos mediante la aplicación y verificación continua de inventarios que proporcionaran información precisa y actualizada del volumen de cada uno de los productos que se encuentran en el almacén. Lo más conveniente es contar con programas o softwares que optimicen las operaciones que se dan en el área de almacén.

Segundo: Monitorear de manera constante el trabajo del responsable del área de almacén, en cuanto a la recolección de datos del cliente, las solicitudes de compra, hasta la entrega de los productos en la fecha indicada; todo ello con la finalidad de cumplir de manera oportuna con la entrega de los pedidos.

Tercero: Supervisar y llevar un control adecuado respecto a la entrega de los productos solicitados, revisar los datos de envío, así como mantener actualizado la información sobre la ubicación de los clientes. Sumar a ello unidades vehiculares (camiones) en óptimas condiciones, tratando de que estas cuenten con dispositivos de seguridad como los GPS de manera que se detecte anomalías, accidentes y principalmente velar por la seguridad de la mercadería transportada hasta la entrega en el lugar de destino. Se sugiere tomar en cuenta los lineamientos propuestos.



VII. REFERENCIAS

- Bensoussan, A. (2011). Studies in probability, optimization and statistics: Dynamic programming and inventory control. Amsterdam, NLD: IOS Press. Recuperado de: <https://www.iospress.nl/book/dynamic-programming-and-inventory-control/>
- Blanchard, D. (2010). Supply chain management best practices (2nd edition). Hoboken, NJ, USA: John Wiley & Sons. Recuperado de: https://www.demica.com/supply-chain-finance/?ppc_keyword=supply%20management&gclid=EAIaIQobChMI9_2qn4Ku7gIVi8aGCh3f8gXCEAAYAiAAEgIa6fD_BwE
- Carro, R & Gonzales, D (2013). Administración de operaciones. Mar Del Plata, Argentina: Nueva Librería.
- Chase, C. W. (2013). Wiley and SAS business series : Demand-driven forecasting A structured approach to forecasting. Somerset, NJ, USA: John Wiley & Sons. Recuperado de: https://www.nexterus.com/franchising/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=franchise&utm_content=supply%20chain&gclid=EAIaIQobChMI8ZTppYOu7gIVA5KGCh3F6wLPEAAYAiAAEgKoC_PD_BwE
- Davis, R. A. (2013). Wiley and SAS business series : Demand-driven inventory optimization and replenishment : Creating a more efficient supply chain. , NJ, USA: John Wiley & Sons.
- Escudero, M. (2011). Gestión de aprovisionamiento. (3ª ed.). Madrid, España: Paraninfo SA.
- Ferrer, J. & Villarroel, S. (2012). Gestión y pedido de stock (2ª ed.). Sevilla, España: Ministerio de Educación de España.
- Ferrín, A. (2010). Gestión de stocks (3ª ed.). Madrid, España: Fundación Confemetal.
- Ferrero, J. (2015) tesis de pregrado “La gestión de inventarios. Aplicación práctica en una empresa del sector farmacéutico el caso de Laboratorios Jiménez, S.R.L
- Gómez, J. (2013). Gestión logística y comercial. (2ª ed.) Madrid, España: Montayá
- Guerrero, H. (2011). Control de inventarios y gestión de pedidos. Bogotá, Colombia: Planeta Colombia
- Cabriles A. (2014). Tesis de pregrado Propuesta de un sistema de control de inventario de stocks de seguridad para mejorar la gestión de compras de materia prima, repuestos e insumos de la empresa BALGRES C.A. Recuperado de:



https://www.academia.edu/27843149/UNIVERSIDAD_SIM%C3%93N_BOL%C3%8DVAR_VICERRECTORADO_ACAD%C3%89MICO_DECANATO_DE_ESTUDIOS_TECNOL%C3%93GICOS_PROPUESTA_DE_UN_SISTEMA_DE_CONTROL_DE_INVENTARIO_DE_STOCK_DE_SEGURIDAD_PARA_MEJORAR_LA_GESTI%C3%93N_DE_COMPRAS_DE_MATERIA_PRIMA_REPUESTOS_E_INSUMOS_DE_LA_EMPRESA_BALGRES_C_A

- Contreras, h. D. (2007). Administración de la producción. Barcelona: editorial universitaria de administración industrial Barcelona.
- Daboin. (2006). Control de inventario y su aporte al sistema contable de los módulos tipo i de mercal en el estado de Trujillo. Trujillo: universidad de los andes.
- Diaz - Batista, J., &Perez, D. (2012). Optimización De Los Niveles De Inventario En Una Cadena De Suministro. (España). Ingeniería Industrial Eckles, c. S. (2008). Proceso administrativo. México: instituto tecnológico de la paz.
- Harvey, w. M. (2015). Modelos de gestión de inventarios en cadenas. Recuperado el 2015, de <http://ingenieria.udea.edu.co/grupos/revista/revistas/nro043/134-149.pdf>
- Jimenez, j., & andrade, d. A. (2014). Auditoría del ciclo de inventarios y almacenamiento. Colombia.
- Kildow, B. (2011). Supply Chain Management Guide To Business Continuity. Saranac Lake, NY, USA: AMACOM Books.
- Lai, K., & Cheng, T. C. E. (2009). Just-In-Time Logistics. Abingdon, Oxon, GBR: Ashgate Publishing Group.
- Liza, c. (2003). Tesis de Pregrado: Diseño de un sistema de control interno sobre los ingresos por la prestación de servicios de transporte urbano de pasajeros de la empresa nuevo california de la ciudad de Trujillo. Trujillo - Perú: universidad privada Antenor Orrego. Recuperado de: http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/1485/1/Vega_Quiroz_Ecaluacion_Control_Presupuestaria.pdf
- Loja. S. (2015) tesis de pregrado “propuesta de un sistema de gestión de inventario para la empresa FEMARPE CIA LTDA
- Mora, L. (2010). Los Indicadores Claves del desempeño logístico. Cali, Colombia: Ediciones Ecoe.
- Marceci, e. (2011). Reporte de inventario de empresa marceci s.a.c. Ambato: empresa marceci s.a.c.



- Montes, j. L. (03 de febrero de 2015). ¿qué es la prevención de pérdidas? Recuperado de: <https://joseluisprietomontes.wordpress.com>
- Montiel. (2007). Tesis de Pregrado: Sistema de control interno de inventarios de mercancías en las pymes del municipio Trujillo. Trujillo: Universidad de los Andes. Recuperado de: http://bdigital.ula.ve/storage/pdftesis/pregrado/tde_arquivos/25/TDE-2010-05-26T06:42:21Z-1142/Publico/hernandezomar.pdf
- Mora, I. (2010). Indicadores de la gestión logística. Bogotá: ecoe.
- Muller, M. (2011). Essentials Of Inventory Management (2nd Edition). Saranac Lake, NY, USA: AMACOM Books.
- Pan, N., Lee, M., & Chen, S. (2011). Construction Material Supply Chain Process Analysis And Optimization. Journal Of Civil Engineering & Management, 17(3),
- Parra, F. (1999). Gestión De Stocks. Madrid. Editorial Esic. Segunda Edición.
- Quintana, D. L. (2010). Propuesta de un sistema de gestión de inventarios para una empresa comercializadora de productos de Plástico. Lima. Recuperado de: <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/273423?show=full>
- Rodriguez, Chávez, & Muñoz. (2014). Tesis de pregrado “Control de almacén y su incidencia en la gestión de stocks de inventarios de la empresa Construcciones El Palmar S.A.C del distrito de Trujillo. Recuperado de: http://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/UTP/1802/1/Deisy%20Corrales_Saide%20OHuamanguillas_Trabajo%20de%20Investigacion_Bachiller_2019.pdf
- Rusell, S. (2007). Supply Chain Management: More Than Integrated Logistics. (Coverstory). Air Force Journal Of Logistics.56-63.
- Sánchez, J. (2011). Propuesta de un sistema de administración de inventario de producto terminado y racionalización de inventarios de una empresa de consumo masivo. Caracas - Venezuela: Universidad Central de Venezuela. Recuperado de: <http://saber.ucv.ve/handle/123456789/45>
- Sheldon, D. H. (2004). Achieving Inventory Accuracy : A Guide To Sustainable Class A Excellence In 120 Days. Boca Raton, FL, USA: J. Ross Publishing, Incorporated.
- Sherbrooke, C. C. (2004). Optimal Inventory Modeling Of Systems : Multi-Echelon Techniques. Hingham, MA, USA: Kluwer Academic Publishers.
- Thukaram Rao, M. E. (2009). Elements Of Costing. Daryaganj, Delhi, IND: New Age International.



- Wee, H. (2011). Management Science - Theory And Applications : Inventory Systems :Modeling And Research Methods. New York, NY, USA: Nova Science Publishers, Incorporated.
- Vidal, C. J. (2014). Diseño e implementación de un sistema logístico para la compañía comercial. Recuperado el Marzo 2014, de <http://docplayer.es/11519342-Diseño-e-implementación-de-un-sistema-logístico-para-la-compañía-comercial-prabuga-william-fernando-vargas-burgos.html>



ANEXOS



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



CUESTIONARIO

Agosto

2019

**GESTIÓN DE STOCKS Y LA
ADMINISTRACIÓN DE
PEDIDOS DE LA EMPRESA
DISTRIBUIDORA MAYORKA,**



**ENCUESTA
SOBRE LA GESTIÓN DE STOCKS Y LA ADMINISTRACIÓN DE PEDIDOS DE LA
EMPRESA DISTRIBUIDORA MAYORKA, PUNO - 2018**

Estimado Colaborador(a), se está realizando un estudio sobre la **GESTIÓN DE STOCKS Y LA ADMINISTRACIÓN DE PEDIDOS DE LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MAYORKA, PUNO - 2018**. Por favor sírvase responder la presente encuesta con la mayor veracidad posible.

INDICACIONES: Marque con una (X) donde corresponda.

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	In diferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

PARTE I: GESTIÓN DE STOCKS

°	Dimensiones /Ítems	Puntajes				
VOLUMEN						
	La empresa tiene controlado las entradas y salidas de los productos					
	La empresa tiene clasificado todos sus productos					
	La empresa maneja adecuadamente el stock de productos					
	La empresa cuenta con stock suficiente para atender los pedidos de los clientes					
	La empresa atiende los pedidos de productos de manera oportuna					
	La empresa esta presta a atender imprevistos sobre pedidos de productos					
	La empresa utiliza al máximo los espacios del almacén					
	La empresa realiza de manera frecuente un inventario de los productos					
	La empresa tiene controlado el deterioro de los productos					
COMPRAS						
0	Las órdenes de compra son alcanzadas anticipadamente a los proveedores					
1	Los productos requeridos tienen una rotación fluida					
2	Los proveedores ofrecen a la empresa distintas modalidades de pago					
COSTOS						
3	Existe un control adecuado de los costos de mantenimiento de los productos					



**PARTE II: ADMINISTRACIÓN DE
PEDIDOS**

o	Dimensiones/ Ítems	Puntajes				
TOMA DE PEDIDOS						
	La atención de los pedidos se procesa de manera rápida					
	La empresa maneja los mejores canales de distribución					
DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO						
	La empresa maneja tiempos para la entrega oportuna de los pedidos a los clientes					
	La empresa ofrece alternativas de entrega de los productos a los clientes					
	La empresa ofrece productos de calidad					
	La empresa se anticipa a posibles accidentes y/o imprevistos en la entrega de productos					
EFICACIA						
	La empresa tiene pedidos rechazados y/o cancelados					
	La empresa atiende los reclamos de manera inmediata					
	La empresa está preparada para recibir y absolver dudas después de los pedidos solicitados					
0	La empresa ofrece un servicio que supera las expectativas de los clientes					
1	La empresa brinda capacitaciones de manera constante					

Gracias por su participación

GESTIÓN DE STOCKS Y LA ADMINISTRACIÓN DE LOS PEDIDOS EN LA EMPRESA DISTRIBUIDORA MAYORKA DE LA CIUDAD DE PUNO - 2018

PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>GENERAL ¿Cómo se desarrolla la gestión de stock y la administración de pedidos en la distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno - 2018?</p>	<p>Las dimensiones e indicadores de la gestión de stocks y administración de pedidos en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno - 2018, muestran resultados satisfactorios</p>	<p>Analizar el comportamiento de las dimensiones e indicadores de la gestión de stocks y la administración de pedidos en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno - 2018</p>	<p>Gestión de stocks Administración de pedidos</p>	<p>Volumen Compras Costos Toma de pedidos Distribución del producto Eficacia</p>	
<p>ESPECÍFICOS ¿Cómo se desarrolla la gestión de stocks en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno - 2018?</p>	<p>Existen dimensiones e indicadores que muestran resultados favorables en la gestión de stocks en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno - 2018.</p>	<p>Analizar el comportamiento de las dimensiones e indicadores de la gestión de stocks en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno - 2018.</p>	<p>GESTIÓN DE STOCKS</p>	<p>Volumen Compras Costos</p>	<p>Política de servicio al cliente Servicio de gestión y apoyo Disponibilidad de stock Precisión en la información Consistencia ciclo de pedidos Envíos especiales de mercancía Reclamaciones, quejas y devoluciones del cliente Sustitución temporal productos Precio. Calidad.</p>
<p>¿Cómo se desarrolla la</p>	<p>Existen dimensiones e</p>	<p>Analizar el comportamiento de las</p>	<p>ADMINISTRACIÓN DE PEDIDOS</p>	<p>Toma de pedidos</p>	

<p>administración en la distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018?</p>	<p>indicadores que muestran resultados favorables en la administración de pedidos en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018.</p>	<p>dimensiones de la administración de pedidos en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno – 2018</p>	<p>Distribución del producto Eficacia</p>	<p>Surtido de productos Confianza en la fecha de entrega Servicio. Experiencia previa del comprador. Servicio posventa. Confianza en el vendedor. Servicio técnico ofrecido.</p>
<p>¿Es necesario proponer lineamientos que permitan una eficiente gestión de stocks en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno?</p>	<p>.</p>	<p>Proponer lineamientos que permitan lograr una eficiente gestión de stocks en la empresa distribuidora Mayorka de la ciudad de Puno .</p>		