



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

**Aplicación de gestión de almacenes para aumentar los niveles
de servicio del área de ventas en la Empresa Negociaciones
Encalada E.I.R.L. 2017**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERA INDUSTRIAL

AUTORA:

Ramon Huaman, Abigail Alejandra (orcid.org/0000-0002-5464-8369)

ASESOR:

Mgtr. Conde Rosas, Roberto Carlos (orcid.org/0000-0001-6908-9021)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Empresarial Y Productiva

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2018

DEDICATORIA

A mis padres por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo, todo esto no sería posible sin su motivación y ayuda de ellos.

A mis hermanos por siempre creer en mí.

AGRADECIMIENTO

A Dios por permitirme llegar hasta este punto de mi vida.

A mis profesores por cada apoyo en este tiempo.

A la empresa Negociaciones Encalada por darme la oportunidad de laborar en su empresa.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ÍNDICE DE CONTENIDO	iv
ÍNDICE DE TABLAS	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	7
III. METODOLOGÍA	24
3.1 Tipo y diseño de investigación	24
3.2 Variables y operacionalización:	25
3.3 Población y Muestra	27
3.4 Procedimiento	28
3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	33
3.6 Métodos de análisis de datos	33
3.7 Aspectos éticos	34
IV. RESULTADOS	35
V. DISCUSIÓN	52
VI. CONCLUSIONES	56
VII. RECOMENDACIONES	57
REFERENCIAS	58
ANEXOS	65

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: DIAGRAMA DE PARETO	70
Tabla N°2: SALIDA DE ALMACÉN	71
Tabla N.ª 3: ENTRADA DE ALMACÉN	72
Tabla N°4: TARJETA DE DATOS	73
TABLA N°5: CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS Y SUS IMPLICACIONES...	74
TABLA N°6: CLASIFICACIÓN DE SERVICIO.	75
TABLA N°7: STOCK DEL DIA.....	76
TABLA N°8 : VENTAS ACUMULADAS	77
TABLA N°9: CLASIFICACION DE CASILLEROS DEL ALAMCEN	78
TABLA N°10: CLASIFICACION DE CASILLEROS DEL ALAMCEN.....	79
TABLA N.º11: TABLA DE OPERALIZACIÓN DE DIMENCIONES DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE	80
TABLA N.º12: TABLA DE OPERALIZACIÓN DE DIMENCIONES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE	81
TABLA N°13: MATRIZ DE CONSISTENCIA	82
TABLA N°14: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.	83

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA N°1: DIAGRAMA DE PARETO	70
FIGURA N.º2: DIAGRAMA DE ISHIKAWA	99
Figura N°3: TIEMPO TOTAL DEL CICLO DE PEDIDO	99
FIGURA N°4 CONTROL DE VENTAS.....	85
FIGURA N°5: COMPROBANTE DE COMPRAS	101
FIGURA N°6: COMPROBANTE DE COMPRAS	102
FIGURA N°7: GUIAS DE COMPRA CON LA MERCADERIA DETALLADA	103
FIGURA N° 8: GUIAS DE COMPRA CON LA MERCADERIA DETALLADA	104
FIGURA N°9: GUIA DE VENTAS	105
FIGURA N°10: GUIA DE VENTAS.....	106
FIGURA N°11: FORMATO DE EXCEL DE INGRESO DE GUIA DE COMPRA DE MERCADERIA DETALLADA	107
FIGURA N°12: IMÁGENES DEL ALAMCEN ANTES DE LA APLICACIÓN DE LA GESTION DE ALMACENES	109
FIGURA N°13: IMÁGENES DEL ALAMCEN ANTES DE LA APLICACIÓN DE LA GESTION DE ALMACENES	110
FIGURA N°14: IMÁGENES DEL ALAMCEN DESPUES DE LA APLICACIÓN DE LA GESTION DE ALMACENES	111
FIGURA N°15: IMÁGENES DE LA RECEPCIÓN DESPUES DE LA APLICACIÓN DE LA GESTION DE ALMACENES	112
GRAFICO N°16: CUERO ABASTECIDO A BATA	113
GRAFICO N°17: CUERO ABASTECIDO A IMPERIUM.....	114

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado: “Aplicación de gestión de almacenes para aumentar el nivel de servicio en el área de ventas de la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017, tuvo como objetivo: Determinar como la aplicación de gestión de almacenes aumentara los niveles de servicio del área de ventas.

La investigación se desarrolló bajo un diseño cuasi- experimental, con un enfoque cuantitativo: cuya población estuvo representada por el periodo de tiempo de 6 meses que la investigación fue tomada, al igual que la muestra. La técnica aplicada fue la revisión y análisis de datos, cuyo instrumento de medición utilizado es la ficha de recolección de datos. Así mismo la variable independiente tuvo un tratamiento descriptivo (media, mediana, desviación estándar, normalidad y varianza), por otro lado, la variable dependiente, inferencial (la prueba de T-Student y la comparación de medias), métodos usados para la obtención de los resultados.

En conclusión, la aplicación de gestión de almacenes para aumentar el nivel de servicio en el área de ventas de la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017, como resultado incremento en un 54.37%

Palabras clave: gestión, almacenamiento, suministro, servicio y nivel

ABSTRACT

The present research work entitled: "Application of warehouse management to increase the level of service in the area of sales of the company Negociaciones Encalada EIRL 2017, aimed to: Determine how the warehouse management application will increase the service levels of the sales area.

The research was developed under a quasi-experimental design, with a quantitative approach: whose population was represented by the period of 6 months that the investigation was taken, just like it showed. The applied technique was the review and analysis of data, whose measurement instrument used is the data collection form where all the history is recorded. Likewise, the independent variable had a descriptive treatment (mean, median, standard deviation, normality and variance), on the other hand, the dependent variable, inferential (the T-Student test and the comparison of means), methods used to obtain of the results.

In conclusion, the warehouse management application to increase the level of service in the sales area of the company Negociaciones Encalada EIRL 2017 s, as result increase by 54.37%.

Keywords: **management, storage, supply, service and level**

I. INTRODUCCIÓN

La empresa Negociaciones Encalada EIRL que se dedica a la compra y venta de por mayor y menor de cuero nacional con 20 años de experiencia en el mercado, ubicada en Lima en la Av. Esteban salmón "Ex bata"- Rímac, cuenta con 5 trabajadores que están distribuidos en cuatro partes: un chofer; dos vendedores; una almacenista con apoyo en el área administrativa y la jefa que está encargada de la compra y negociaciones con distintos proveedores.

Por otro lado, la empresa Negociaciones Encalada EIRL tiene la misión de entregar un servicio y calidad al cliente, nos encargamos de revisar el cuero, de que el pesaje y el calibre este exacto para para poder brindar un buen producto; nuestra visión es ser una de las empresas más destacadas en el rubro de compra y venta de cuero y poder llegar a cada empresa que realiza la confección de zapato tanto a nivel nacional como internacional

Contamos con diez proveedores que cuentan con normas de calidad por el cual nos brindan el mejor cuero del cual son cuatro las más requeridas por nuestros clientes estas curtiembres son AUSTRAL, CURPISCO, PACHECO y GLOBAL. Nuestros clientes son tanto empresas destacadas como IMPERIUM, SHOES LION'S, RESERZA SAC, PASSARELA PERU, entre otros.

Realidad problemática

Realidad internacional

Se sabe que estos problemas no solo se ve en Perú también en distintos países, en especial Sudamérica, en el Blog Neteris 2016, explicaron el almacén ya no es el sitio donde se pueda guardar una mercancía y realizarlo de cualquier manera, sino una etapa fundamental para el servicio de tu cliente, si no hay una buena administración en el almacén no se podrá saber las cantidades exactas de la mercadería por el cual traería problemas como poco espacio, problemas con el stock, no se reconoce las ubicaciones, robo sistemático, etc.

Realidad nacional

Hoy en día las pequeñas y medianas empresas no realizan un proceso de gestión de almacenes, mayormente se centran en que la mercadería se recepcione y se almacene sin saber el tipo de distribución o el tipo de cuero con el que está tratando, se sabe que en el Perú la mayor parte de micro empresas es guiada por el mismo dueño el cual no es malo, el problema se genera cuando quieren incrementar el volumen de la empresa y sus ventas, por el cual requieren de colaboradores y si no se les capacita con estrategias o mejoras del procesos de la gestión de almacenes no podrán distribuir la mercadería adecuadamente ni incrementar la calidad de servicio, el cual puede llegar a tener serios problemas con la empresa.

Realidad local

En el Rímac se cuenta con más de 15 tiendas especializadas en la compra, venta, venta al por mayor y menor de cuero, pero si los propios dueños no saben lo que es el cuero, prefieren rematar sus propios artículos de cuero. No existe un proceso o control de inventario claramente definido o desarrollado, ya que es importante saber que toda empresa debe tener un buen proceso de gestión de almacenes. Por lo tanto, no solo el propietario o gerente de la tienda, sino también los colaboradores pueden conocer la ubicación y la cantidad de materiales disponibles para la venta.

Como en todas las empresas que se dedican al rubro de compra y venta tienen problemas, Negociaciones Encalada EIRL no es ajeno a ello ya que el problema

que he podido visualizar es en el área de almacén, al no realizar un buen proceso de gestión de almacén ya que dicho proceso no se realiza en esta empresa; desde el punto de recepción de la mercadería hasta que se despacha, estos problemas no dejan avanzar de forma continua a la hora de atender al cliente ya que si los colaboradores no tienen conocimientos de donde se ubica el producto o de qué forma se distingue dicho cuero y esto se puede mejorar desde que el colaborador recibe la mercadería; todo este proceso toma un tiempo de previa capacitación al colaborador al cual debemos proporcionarle estrategias o mejoras con el fin de minimizar los tiempos de servicio donde se demoran para entregar los pedidos requeridos por el cliente, para que así nuestros colaboradores sean los más eficientes en su desempeño diario.

Diagrama de Pareto

Para Vazquez, Luceño (2015, p.9) nos menciona que los diagramas de Pareto ayudan a identificar áreas clave de intervención. Se debe fomentar el consenso centrándose en otras áreas prioritarias. Usando este diagrama, puede identificar el problema de manera más eficiente y analizar la parte superior del diagrama mismo, esto se puede ver en el *Anexo N°1: Tabla de Pareto*, que nos da un resultado de mayor incidencias ubicados en el pedido no entregado a tiempo, mala recepción del cuero y falta de revisión de mercadería entregada.

Diagrama de Ishikawa

Para Vazquez, Luceño (2015, p.9) nos indica que en el diagrama de Ishikawa es una herramienta gráfica que ayuda a encontrar la causa raíz de las fallas en varias áreas. Por ejemplo, aquellos que están clasificados y es probable que los identifiquemos. La mayoría de las fuentes específicas son conscientes del problema. Encalada encontró un problema en el *Anexo N°2: Diagrama de Ishikawa*, que genera una insuficiencia en el nivel de servicio que está asociada al proceso de la recepción hasta el despacho.

Formulación del problema

La empresa Negociaciones Encalada tiene más de 10 años en el rubro de compra y venta de cuero, el cual llega a tienda como producto terminado por el cual es distribuido y vendido para diferentes clientes; el problema se produce cuando el cliente exige su mercadería y está todavía no está realizada, esto se provoca desde el almacén por la mala recepción y distribución del producto, ya que tanto el desorden y la falta de conocimiento en donde está ubicado el producto; les por esto que la falta de aplicación de gestión de almacenes genera un bajo nivel de servicio, ya que el pedido que exigen no es entregado a tiempo el cual nos perjudica como empresa ya que podríamos perder clientes fijos.

Problema General

- ¿Como la aplicación de gestión de almacenes podrá aumentar los niveles de servicio del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017?

Problemas Específicos

- ¿Como la aplicación de gestión de almacenes podrá aumentar los pedidos entregados a tiempo del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017?
- ¿Como la aplicación de gestión de almacenes podrá aumentar los pedidos entregados completos del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017?
- ¿Como la aplicación de gestión de almacenes podrá aumentar la calidad de pedidos entregados del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017?

Justificación

Justificación teórica

Debido al bajo nivel de servicio que se ve hoy en día en la empresa Negociaciones Encalada por motivo del desorden del almacén que se debe al mal procesos que se realiza en el almacén, se deberá contar con una aplicación de gestión de almacenes, con esta aplicación se busca aumentar tanto en el nivel de servicio como el desempeño laboral de los colaboradores que contamos en la

empresa; así poder tener satisfechos a nuestros clientes y poder aumentar el nivel de servicio en la entrega de sus productos.

Justificación practica

El objetivo de esta investigación es determinar la aplicación de gestión de almacenes aumente el nivel de servicio en el área de ventas, esto nos permite lograr eficiencia en el almacenamiento de productos y brindar niveles superiores de servicio. Para ello, debes buscar herramientas que ayuden a tus colaboradores con aplicaciones de gestión de almacenes a optimizar su trabajo y mejorar los niveles de servicio a lo largo del tiempo.

Justificación económica

A través de este proyecto de graduación, quería asegurarme de que una aplicación de gestión de inventario mejoraría el nivel de servicio que afecta las ventas de la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.

Hipótesis

Principal

Hipótesis General

H1: La aplicación de gestión de almacenes influye significativamente los niveles de servicio del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.

Secundarios

Hipótesis Específicas

H1: La aplicación de gestión de almacenes influye en los pedidos entregados a tiempo del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.

H2: La aplicación de gestión de almacenes influye en los pedidos entregados completos del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.

H3: La aplicación de gestión de almacenes influye en la calidad de pedidos entregados del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.

Objetivo

Objetivo General

- Determinar como la aplicación de gestión de almacenes aumentara los niveles de servicio del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.

Objetivos Específicos

- Determinar como la aplicación de gestión de almacenes aumentara los pedidos entregados a tiempo del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.
- Determinar como la aplicación de gestión de almacenes aumentara los pedidos entregados completos del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.
- Determinar como la aplicación de gestión de almacenes aumentara la calidad de pedidos entregados del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.

II. MARCO TEÓRICO

Trabajos previos

Antecedentes nacionales

Según Lara, Claudia y Lung, Alesandra (2018), realizo su tesis sobre trabajo de mejora del almacén en una empresa comercializadora de equipos industriales: APTEIN S.A.C., teniendo como objetivo es determinar qué tan fácil es mejorar su sistema de almacenamiento para reducir el tiempo de ubicación, carga y descarga de productos, aumentando así la capacidad de almacenamiento, ya que cada producto debe colocarse en un estante, el objetivo es garantizar el orden y la limpieza del almacén.

Este tipo de objetivo se busca en la empresa Negociaciones Encalada ya que al medir y controlar el nivel de inventario se puede aplicar la clasificación del producto el cual es una ayuda para la aplicación de gestión de almacenes.

Por otro lado, Paredes, Daniel y Vargas, Rommel (2018), realizo su tesis de mejora del Proceso de Almacenamiento y Distribución de Producto Terminado en una Empresa Cementera del Sur del País explicaron la ausencia de una capacidad de almacenamiento máxima, mínima y real da como resultado una mala planificación de stocks y no se producirá una correcta rotación de la mercadería. Sin un flujo constante de almacenamiento tanto de entradas y salidas no se puede llevar un ordenado control interno, por ese mismo motivo las empresas recaen con el mismo problema; en conclusión se demuestra que la distribución ABC es uno de los apoyos para garantizar un óptimo control de inventarios el cual va a estar ligado con el nivel de servicio que va a recibir el cliente; el orden y la planificación son la base para un almacén ya que si el colaborador no sigue estos pasos o no se guía de un proceso, simplemente acudirán a sus propias reglas y lo que debemos evitar es que no rompan el protocolo a establecer, cabe resaltar que en la empresa Negociaciones Encalada EIRL. Se genera el desorden tanto en la clasificación del producto cuando se genera la recepción en el almacén el cual se tendrá que aplicar una herramienta de control de inventario como el ABC que podrá distribuir los productos de forma óptima.

Donayre, Rafael, (2017), realizo su investigación sobre gestión de almacén en una empresa constructora en el distrito de San Isidro-Lima 2017, teniendo como objetivo analizar el almacenamiento, la distribución y subcategorías que incide en la gestión de almacenes en la empresa constructora.

Actualmente, se necesita saber qué productos tiene, y si necesita almacenar los productos, debe tener una variedad de productos y procesos de almacenamiento adecuado nuestro objetivo es mejorar los niveles de servicio a través de la gestión, en conclusión, la empresa busca mejorar los procesos de la zona de almacenes buscando un aumento de servicio del cliente el cual repercute de una manera positiva en el proyecto por lo que nos ayudara a disminuir los costos de la manipulación y almacenaje de los materiales.

Por otra parte, Cruz, Nélica (2018), realizo su tesis acerca de Plan de gestión de almacenes para mejorar el nivel de servicio del cliente interno del gobierno regional Cajamarca, indicaron: El nivel de servicio se define como el porcentaje de pedidos que se pueden cumplir en un plazo razonable. Se puede calcular en base a filas, unidades y valores. Además, considere los compromisos, necesidades, expectativas o compensaciones de su cliente entre los costos de mantenimiento de inventario y la pérdida de ganancias debido a la escasez. En resumen, existe una relación altamente significativa entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente a través de un p-valor de 0,000 ($p\text{-valor} < 0,05$), lo que también ha sido confirmado por otros estudios, a mayor nivel de servicio aceptado, la calidad del servicio será más alto, para impulsar las ventas, los artículos que vendemos necesitan un pedido, y aquí volvemos al punto clave: el almacén.

Velarde, Daniel y Medina, Camila (2016), en su investigación de calidad de servicio y la relación con la satisfacción de los clientes del centro de aplicación Productos Unión, del distrito de Lurigancho, durante el año 2016 nos enunciaron la calidad del servicio define la composición general de las características de los productos y servicios, que van desde marketing, ingeniería, producción y mantenimiento, para garantizar que los productos y servicios cumplan con las expectativas del cliente, en conclusión, en la capacidad de respuesta, seguridad y empatía se puede decir que están relacionados para

poder entregar un buen servicio al cliente y así poder cumplir las expectativas de ello. En la Empresa Negociaciones Encalada buscamos aumentar el nivel de servicio mediante una buena organización del almacén tanto como nuestros colaboradores.

Antecedentes internacionales

Según Mejías, Agustín, Godoy, Elvis y Piña, Rosana (2018) en su tesis de impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento que la calidad de servicio como la satisfacción del cliente es un objetivo esencial para cualquier empresa que busque una relación a largo plazo con un cliente, los clientes esperan que las empresas cumplan con un servicio rápido y honesto, En conclusión, los inconvenientes que se encontró con los clientes se producen por que la empresa no implemento parámetros de servicio es decir que los trabajadores no tienen conocimientos de cómo dar un buen servicio por el cual crea un retraso en la entrega de un buen servicio.

Por otra parte, Guadarrama, Enrique y Rosales, Elsa (2015), en el artículo sobre Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica nos indica que al centrarse en el cliente se debe pasar hacia un marketing personalizado como saber que, cuando y como lo necesitan, que los precios estén accesible a su economía así los clientes incrementaran su información para poder elegir entre diferentes productos.

Ya que un cliente no satisfecho puede ocasionar problemas por ejemplo un cliente no satisfecho se pondrá en contra de nosotros es decir hablara mal a otros clientes de la empresa por eso mismo los problemas o quejas se deben arreglar al instante y así poder satisfacer a lo que requiere del cliente, el objetivo de esta empresa es proponer estrategias de marketing y mejorar tanto la calidad del servicio como la satisfacción de este mismo.

Para Peña, Omaira y Silva, Rafael, (2015). En su investigación de factores incidentes sobre la gestión de sistemas de inventario en organizaciones venezolanas, nos enunciaron que La gestión de inventario es un conjunto de protocolos y controles que monitorean los niveles de inventario y determinan

qué niveles se deben mantener, cuándo se debe reponer el inventario y cuántos pedidos se deben realizar. La siguiente línea debe cumplir con sus requisitos

Martínez Didriana, (2015) en su investigación de propuestas de mejoras al sistema de gestión de almacén de materias primas. (caso: empresa manufacturas de papel Manpa S.A.C., división conversión bolsas y sacos), El objetivo de este proyecto es mejorar el sistema de gestión de inventario de materiales de Manufacturas de Papel Manpa S.A.C, que facilitan la colocación y distribución de insumos en las líneas de producción. Dado que esta mejora beneficiará a la empresa, tanto como la disminución de roturas en el stock, facilidad de entrega de pedidos, confiabilidad en el inventario, mejor uso del espacio, etc.; para ello utilizaran la metodología de Seis Sigma el cual tendrá objetivos específicos como: definir el grado de servicio prestado, recolectar información de los procesos, definir el modelo de gestión de almacén, etc., en conclusión la micro empresas que crecen rápidamente tienen el error de no ordenar o planificar una estrategia, se centran en aumentar sus ingresos pero no en aumentar las mejoras en el procesos de un almacén ya que al no tener una buena planificación no se podría trabajar con el área de ventas por el motivo de no tener una información exacta, eso mismo pasa con la empresa Negociaciones Encalada ya que al requerir más ingresos aumenta más la exigencia de tener un stock al día o exacto pero al no tener una buena organización no se podría cumplir con lo requerido.

Torres, Ortiz, (2018), realizo su investigación sobre propuesta de mejora del sistema de almacenamiento y distribución interna (lay-out) de las bodegas de una empresa dedicada a la venta al por mayor de productos plásticos, los encargados de almacén brindan información como recibir, almacenar y mover artículos en el almacén, señalando que es parte del proceso logístico que finaliza cuando se ordenan los artículos a almacenar.

También nos dice para que un almacén funcione adecuadamente debe mantener un control constante de los ingresos y Salidas que existe.

Teorías relacionadas

Gestión de Almacenes

Para el autor Flamarique, Sergi (2018, p. 36) la gestión de almacén nos permite controlar los productos como ubicarlos correctamente y así poder reducir las operaciones de manipulación incorrecta y pérdida de tiempo, se trata de cómo y dónde se debe almacenar la mercadería y tiene como objetivo facilitar las entregas controlando el stock y conseguir fiabilidad al permitir conocer que mercadería se encuentra en el almacén como en cantidad y ubicación exacta.

La gestión de almacenes ha ido teniendo cambios y apareciendo nuevos métodos por el cual los análisis han sido más precisos, así como equipos nuevos e información exacta.

Según el blog Solistica (2016) el propósito de la gestión de almacenes es agilizar los procesos y eliminar errores, estos requieren todo tipo de información para dar seguimiento de la mercadería y así poder elaborar reportes que evalúen los resultados de cada una de las actividades que se llevan dentro de un almacén.

Para el autor Hernández, Luis (2017, p. 19), las técnicas en el almacén son muy importante ya que depende del tipo de almacén para desarrollar la funcionalidad mínima habitual. Por el contrario, sus procesos de gestión se pueden realizar: distribución, importación y recuperación de materiales, emisión y distribución de artículos y gestión de inventario. Podría decirse que la optimización adecuada no se puede lograr sin una organización adecuada dentro del almacén. Tener un inventario adecuado es esencial, ya que necesita determinar los niveles de inventario que necesita para facilitar las ventas y las entregas. ordenar

Almacén

Tiene distintas definiciones, para el autor Escudero, José, (2015, p. 10), enunció: es un edificio o lugar donde se almacenan o guardan bienes o materiales y, a veces, donde se venden bienes al por mayor. Un almacén se conoce como un lugar donde se importan y exportan mercancías.

La estructura de un almacén el cual existe tanto en las industrias o empresas del rubro de comercialización se elabora en dos etapas y estas son: de abastecimiento y la distribución física por el cual constituyes una de las más importantes actividades para la empresa y algunos errores que se deben evitar son:

- Interrupción en la zona de carga y descarga ya que se perdería tiempo con estas.
- No respetar la clasificación ABC existente o ubicaciones fijas.
- Personal no preparado para estas actividades por el cual se da por falta de capacitación de parte de la empresa
- Tener mermas ya que se prestaría para un robo sistemáticos o falta de conocimiento de este.

Hoy en día existen distinto tipos de almacén y un procedimiento diferente para cada uno de ellos los cuales son:

- Almacén de materias primas
- Alancen de materias auxiliares
- Almacén de materiales en procesos
- Almacén de productos terminados
- Almacén de herramientas y equipo
- Almacén de devoluciones

En Negociaciones Encalada trabajaremos con un almacén de productos terminados ya que nos dedicamos al rubro de compra y venta, de las herramientas que nos ayuda a poner en orden el almacén son los formatos de entrada y salida del producto terminado como se ve en las tablas N.º2 y N.º3 adjuntados, el cual serán aplicados en la Empresa Negociaciones Encalada.

Por otro lado, el autor Morillo, Amelia, (2015, p.3-9), nos comenta que el almacén es un espacio donde se realiza diferentes etapas de un proceso ya que la empresa en particular tiene una organización ya realizada, en este caso vendría a ser departamento de Almacén de productos terminados:

- ✓ Recepción: revisión del producto y realizar la confrontación de la mercadería apuntada con la guía del proveedor.
- ✓ Registro: registrar entradas y salidas de producto, avisar con tiempo al encargado del almacén en donde se está ubicando el producto y por último anotar las localizaciones de donde está quedando el producto
- ✓ Almacenamiento: determinar la localización de los productos, colocar los productos según su clasificación y transportar los productos a su ubicación específica.
- ✓ Despacho: recibir los pedidos del cliente, cotejar la documentación de salida con la mercadería física seleccionada, localizar el producto y agilizar el tiempo de entrega.
- ✓ Inspección: llevar un control de la mercadería tanto la que ingresa como la que sale y la que todavía pertenece en el almacén, tener tablas de control de inventario
- ✓ Empaque: elaborar guías del despacho realizado, entregar las guías a contabilidad para realizar el stock.

En la Empresa Negociaciones Encalada existe el almacén de producto terminados el cual se aplicará una gestión de almacenes para poder aumentar el proceso de dicho almacén, por este medio se podrá obtener mejoras en el nivel de servicio ya que cada operación que se realice en el almacén afectará tanto en el orden y ventas de la empresa.

Espacio Físico

Para el autor Salazar, Bryan (2018), en su artículo nos comenta que el tamaño del almacén se dispone para almacenar los materiales y productos que debe ser aprovechado al máximo, ya bien sean materias primas, semielaborados o terminados, el cual va a permitir a las personas que trabajan en el almacén a la fácil manipulación y clasificación del producto o material cuando sea requerido.

Un almacén debe disponer de zonas diferenciales para:

- Carga de vehículos
- Recepción de mercancías
- Almacenaje

- Preparación de perdidos
- Expedición

Este espacio debe de ser dimensionado para que así la empresa distinga la ubicación y manejo eficiente de sus materiales y mercancías; como bien sabemos el tiempo que debe pertenecer la mercancía tiene que ser la más corta ya que el espacio y el costo de cada operación que se realiza va a depender de la fluidez en que se mueva la mercancía.

Distribución del almacén

Para la autora Ganivet, Juan, (2015, p.17), indica que la distribución de un almacén debe localizarse lo más cerca del cliente ya que garantiza el stock de ciertos productos en una zona, en general una la distribución debe minimizar los tiempos de entrega de un producto

La distribución debe contar con una estructura de forma que consiga alcanzar diferentes metas como:

- Flujo de pocos retrocesos
- Mínimo de trabajo de manipulación y transporte
- Mínimo movimientos inútiles del personal
- Eficiente uso del espacio
- Previsión de una posible expansión

Recepción

Es el proceso por el cual un producto requerido por nosotros al proveedor llega al almacén para ser clasificada como introducido al sistema, para que este posteriormente pueda ser ubicada en el almacén y así este a la disponibilidad del cliente.

Los procesos diarios que se realizan en un almacén inician con la llegada de un proveedor atendiendo un pedido solicitados con una anterioridad, la obligación del proveedor es entregarnos el producto con una guía de remisión y el orden de compra respectiva, este proceso es el más importante ya que consiste en la descarga e inspección de mercadería así como la actualización de los inventarios tanto como controles de stock; esta se puede dividir en dos entradas como

entrada de mercadería de origen interno y entrada de mercadería externo, la diferencia es que una ya pertenecía en el almacén y tiene un registro ya echo mientras que el otro tiene una rigurosa inspección para comprobar el material físico con la guía o factura emitida por los proveedores.

Para el autor Hernández, Angélico, (2015. p.13),

la recepción es el primer paso cuando los productos se encuentran a su llegada al almacén. Es comprensible que la recogida sea como una práctica empresarial, ya que cualquier mercadería que llegue al almacén forma parte del mismo. entrar al almacén, el proceso de entrega incluye las siguientes etapas:

- ✓ Planificación de llegada
- ✓ Desestiba y descarga
- ✓ Control
- ✓ Proceso de la información
- ✓ Validación de entrada
- ✓ Puesta a disposición de la mercancía

por otra parte, Jenkins, Abby, (2018), en su artículo What is warehouse management? benefits, processes and strategies, tells us that the reception registers and registers the incoming elements. Check that you are receiving the correct amount, in the correct conditions, at the correct time. So that you can proceed to the next step.

Así mismo para Piasecki, Dave (2016), en su artículo de the basics of warehouse operations, nos indica que la recepción comienza con recibir los productos el cual implica verificar el recibo con la lista de empaque del proveedor. Esto nos asegura que se recibió lo requerido por la empresa, luego se ingresa el recibo en un sistema de inventario usando su número de orden de compra, y así se actualice en stock.

Picking

Es una función que se realiza dentro de un almacén, el cual se realiza con un equipo de personas para organizar los pedidos requeridos por los clientes, esta actividad va a incluir un conjunto de operaciones con el fin de alistar los productos demandados por el cliente el cual consiste en extraer mercadería del lugar de

ubicación al mismo tiempo seleccionar y combinar los productos que solicite el cliente; la preparación de pedidos trata de lograr:

- Una coordinación de métodos organizados para lograr incrementar la productividad.
- Realizar un trabajo sin errores y servir la calidad requerida por el cliente.

Según Escudero, José (2015, p.181), nos indica en su libro que la orden de Picking consiste en extraer una guía detallando el producto, cantidad, ubicación, pasillo, radio, etc., la ruta que debe seguir el operador responsable de la preparación en orden.

El Picking tiene las siguientes fases:

- ✓ Preparativos: recopilación de datos del pedido y elementos que se usara para la preparación de ellos como por ejemplo escaleras, pato, montacarga, etc.
- ✓ Recorridos: se dará desde la zona la ubicación del producto hasta el punto de ubicación al siguiente y así sucesivamente.
- ✓ Extracción: se procederá a la extracción del producto requerido continuamente al cotejo de la mercadería y puesto en nuestra herramienta de ayuda para trasladar el producto.
- ✓ Verificación del producto: se tendrá en cuenta el control, embalaje y pesaje del producto.

Almacenamiento

El almacenamiento es el lugar donde se ingresa y se conserva los productos por el cual debe estar prepara para la llegada de estos, debe tener herramientas que faciliten el ingreso y salida del producto del almacén, con una infraestructura y espacio necesario.

- Los métodos de almacenamiento sirven para determinar que los productos ingresen al almacén y así pueda ser ordenado mediante
 - ✓ Almacén ordenado: en este tipo de almacén se puede encontrar un espacio asignado para cada ubicación, normalmente están preparadas a la medida del producto que va a ser asignado, se encuentra en micro

y medianas empresas ya que el mercado será estable y con pocas variaciones.

- ✓ Almacén caótico: es un almacenamiento que se ubican mediante la llegada del producto, este tipo de almacenamiento se utiliza en micros, medianas y grandes empresas ya que tiene una elevada rotación de mercadería o un mercado inestable no se puede medir que tiempo perdurara el producto en dicha ubicación es por eso por lo que no existen separaciones y se utilizan otro tipo de sistema como el ABC o rotación de mercadería.
- Los beneficios que tiene un buen almacenamiento son:
 - ✓ Optimización de costos.
 - ✓ Disminución de tiempo y costos en los procesos.
 - ✓ Avance en pesajes del producto.
 - ✓ Rapidez en la entrega del producto.
 - ✓ Mejora el nivel de satisfacción del cliente.

According to Gross J. (2017, p. 3), told us Errors in the deposit cause deteriorated or returned items (or both), which result in customer dissatisfaction, resulting in wasted customers. In addition, mistakes made by warehouse personnel have an impact on overall productivity because supervisors must take time to determine them accurately and co-workers should take time to correct them. This costs you money.

Una vez hecho el almacenamiento se debe aprovechar el tiempo para llenar el formato de tarjeta de datos como la tabla N.º4 de cada producto para facilitar el trabajo de reconocimiento del producto al trabajador.

Despacho

Es la zona donde se prepara los productos requeridos por el cliente que serán enviados hacia él, en las empresas con gran movimiento son adecuadas para realizar el depósito del producto como la preparación de estas, una vez que el pedido ya habido realizado y embalado se realiza el control de salida el cual consiste en cotejar si la mercadería que está saliendo es la misma que ha requerido el cliente.

Pasos que se debe realizar en el área de despacho:

- Inspección de las condiciones del producto
- Ser trasladada con las herramientas adecuadas
- Verificación del producto con la lista requerida
- Generar documentos de control de salida

Por otra parte, para Gupta, Kriti, (2018), en su artículo de 13 most important processes, nos indica que el proceso de envío es el momento de la entrega de no llevarse a cabo este proceso se puede producir retrasos en los plazos de entrega y pérdida de cliente.

Empaque

Es una presentación que se le da al producto, contribuyendo al desplazamiento y la seguridad del producto, hay distintos tipos de embalaje para todo tipo de almacenes.

El empaque debe ser seguro y eficaz para el cliente ya que el tiempo que se tome en realizar esta actividad será muy importante hay que saber que hay todo tipo de clientes por el cual debemos tener cuidado en el tiempo que nos tomemos, debemos ser los más rápidos posibles para entregar el producto requerido por nuestro cliente y así entregarle al mismo tiempo un buen y eficiente servicio.

Inventarios

Hoy en día los inventarios forman una parte muy importante en la empresa ya que sin ello no se podría tener una buena toma de decisiones, es necesario que toda empresa realice un control de inventarios ya que sin este control no tendríamos conocimiento sobre el producto que ingresa y sale del almacén, ni mucho menos los productos que necesitamos.

Para el autor Meana, Pedro (2017), en su libro nos menciona que el inventario es el seguimiento y control de los materiales o activos de una empresa, realizado para normalizar las cuentas de valores contables que se registran para calcular si la empresa está obteniendo ganancias o pérdidas.

Por otra parte, la autora Fernández, Antonia (2017, p. 4), nos indica que el inventario tiene un ritmo que cuenta con una entrada y salida del producto y que esto marca fases y hace que el sistema funcione sin sufrir paradas también tiene diferentes modelos de inventario como:

- ✓ Los inventarios que tienen como características físicas de los objetos a contar pueden ser los siguientes tipos:
- ✓ Inventario de materia prima o insumo: se contabiliza todo material que todavía no haya sido procesado.
- ✓ Inventario de materia semielaborada o en proceso: son productos el cual han sido modificadas de su estado actual, pero por el cual todavía no se han puesto a la venta.
- ✓ Inventario de productos terminados: son los productos ya cambiados los cuales ya están listos para la venta.
- ✓ Inventario de tránsito: este inventario existe por el motivo que el material debe ser movido de un lugar a otro y se utiliza con el fin de abastecer los canales que conectan a la empresa y sus proveedores y clientes.
- ✓ Inventario en consignación: son artículos que se entregan para estar en venta en el proceso de la manufactura, pero la propiedad la conserva el proveedor.

Por último, en el artículo de López, María, (2015), nos menciona que el control del inventario es lo más valioso en el aspecto de la administración para la pequeña y mediana empresa ya que es una de las áreas más descuidada, es por eso por lo que cuando logran implementar un control interno reflejara los resultados de costos más bajos y así tener precios accesibles en el mercado.

Nivel de Servicio

El nivel de servicio es el nivel de satisfacción que una empresa brinda a sus clientes, para la autora Martin, María y Diaz, Eloísa (2016, p. 193), nos menciona en su libro que el nivel de servicio es la capacidad de presentar al cliente una amplia gama de productos que pueden ser requeridos en el momento de la compra, es decir, la relación entre esos productos y los productos disponibles en una

tienda o exhibición. cliente. Los servicios, por otro lado, son trabajos realizados por otros como un conjunto de actividades beneficiosas que se ofrecen a la venta, o que usted se dedica a vender.

Por otro lado, Publicaciones Vértice S.L., finalizo que la existencia del nivel de servicio es resultado del tiempo como variante en toda función económica, si el cliente estuviera listo a esperar eternamente a que se saciara su demanda, todas las peticiones recibidas serian atendidas y el nivel de servicio seria al 100”%.

En la empresa Negociaciones Encalada el nivel de servicio es una fase muy importante ya que nuestros ingresos son por los clientes y si no controlamos el nivel de servicio que brindamos no podremos saber si la empresa está que va en buen camino, hoy en día decidimos mejorar el nivel de servicio tanto al cliente como el tiempo de entrega y para poder mejorar los tiempos se debe mejorar el orden del almacén.

Clasificación de servicio

Los autores, Valls, Wilfredo, Román, Víctor, Chica, Clotilde y Salgado, Geidy, (2017, p. 138), nos menciona que la pieza que se diferencia operacionalmente un sistema de servicios de otro es el grado de contacto con el cliente en la creación del servicio, reconocer y organizar los servicios es más dificultoso que realizar con los bienes. A continuación, existen algunas clasificaciones de servicios se pueden clasificar en los siguientes grupos que se puede visualizar en la *Tabla N°6: Clasificación de servicio.*

En esta clasificación se mencionó dos palabras relacionadas al servicio que son:

- ✓ Tangibilidad: que puede ser tocado; ej. Servicio de restaurantes.
- ✓ Inconsistencia: falta de consistencia en la materia; ej. Servicio de hospital.

Características del servicio:

Los servicios poseen diferentes características que se pueden visualizar en la *Figura N.ª 2: Características de los servicios y sus implicaciones*, el cual nos muestra distintas características tanto como intangibilidad como carácter perecedero. Esta información nos sirve ya que nosotros tratamos día a día con

personas que buscan un buen nivel de servicio tanto en el producto como en el precio.

Políticas de servicio al cliente

Para Martínez, Rigoberto (2016, p. 91), por lo que entendemos a través de nuestra Política de Atención al Cliente, a través de la cual expresamos los objetivos que deben alcanzar nuestros procesos corporativos para satisfacer integralmente las necesidades de nuestros clientes desde el punto de vista logístico.

Esta política cubre los siguientes aspectos:

- Disponibilidad de productos terminados
- Plazo medio de entrega a los clientes
- Ciclo de retroalimentación del cliente
- Confiabilidad en el respeto de las fechas dadas.
- Minimice la calidad de la entrega, el rechazo o las tasas de quejas

La importancia de esta política es identificar y establecer varios aspectos importantes como la logística, la secuencia de pedidos y los niveles de inventario, ya que estos factores afectan directamente a estos factores.

Satisfacción al cliente

Para Hammond, Melissa, (2018), en su artículo nos menciona que se logra a través de conceptos como los deseos, necesidades y expectativas del cliente, pero como la característica principal del consumidor es el precio, el producto o servicio no se puede comprar, y el consumidor se guía por el precio de venta del producto o servicio. El servicio será asesinado. Servicio. Incremento del servicio.

Su importancia en la empresa actual es muy importante. Es más probable que los clientes satisfechos vuelvan a utilizar el servicio o producto antes mencionado y, por lo tanto, se conviertan en un activo para la empresa y esta satisfacción conduce a un aumento de los ingresos para la empresa.

Para Vargas, Martha y Aldana, Luzángela (2014, p. 52), nos indica que el nivel de satisfacción se divide en tres niveles el cual los clientes lo experimentan a la hora de la compra como:

- Quejarse. ocurre cuando el desempeño percibido del producto no cumple con las expectativas del cliente.
- Satisfacción generada por el desempeño percibido del producto a la altura de las expectativas del cliente.
- Autosatisfacción. Ocurre cuando percibimos un desempeño que supera las expectativas del cliente.

Puede ver los resultados del nivel de servicio porque puede ver la lealtad de la marca o la empresa según el nivel de satisfacción del cliente.

Medición del servicio al cliente

Para medir el servicio al cliente se consideran los indicadores que actualmente son uso común en la mayoría de las empresas, según Caballero, Pilar (2017, p. 154), indico que sus clientes quieren productos y servicios que satisfagan sus necesidades y expectativas, incluyendo:

- Cumplimiento de pedidos de clientes medido por el porcentaje del volumen de producto de un pedido en particular que se cumple.
- Precisión de la entrega a los clientes medida por el hecho de que los clientes reciben productos sin defectos de sus proveedores.
- La entrega a tiempo se mide por el porcentaje del total entregado que el cliente recibe a tiempo.
- Rapidez de respuesta para crear un clima de confianza.

Pedido

Es un compromiso que se da entre el proveedor y el cliente ya que el proveedor nos va a disponer mercadería y el cliente será quien lo obtenga en el tiempo dispuesto por el cliente y aceptado por el vendedor.

Para Valdivia, Juan (2015, p. 36), mencionó:

En la gestión de pedidos se incluye las siguientes actividades:

- Entrada de pedidos, cuando el cliente emite el pedido y termina cuando se registra y acepta dicho pedido.
- Comprobación de crédito, se verá la manera de pago de la mercadería requerida por el cliente
- Comprobación de disponibilidad de existencias, es la disponibilidad de la mercadería para asegurar la entrega de pedido.
- Preparación de pedidos, se selecciona y separa el pedido requerido por el cliente.
- Entrega, se dispone la entrega del producto requerido al cliente.

Ciclo de pedido

Se define como el tiempo transcurrido entre la realización de un pedido y la recepción de los bienes solicitados, y está relacionado con los niveles de servicio porque queremos aumentar el nivel de servicio proporcionando productos a nuestros clientes como se puede ver en la *Figura N.º 3: Tiempo total del ciclo de pedido*.

Es conocido como el plazo de entrega de los pedidos, y las principales operaciones son:

- Transmisión del pedido, el tiempo que el cliente solicita un pedido hasta que se confirme dicho pedido.
- Procesamiento de pedido, es el tiempo que se recibe el pedido hasta que se realiza.
- Preparación del pedido, realización del pedido.
- Transporte, es el tiempo que sale del almacén hasta que llegue a la tienda.
- Entrega, tiempo que llega a recepción hasta la entrega al cliente de su producto.

Índice de servicio a clientes, se determina con la proporción del producto

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 TIPO DE ESTUDIO

El tipo de investigación vendría ser Aplicada ya que tiene por finalidad la resolución de problemas, según Valderrama, Santiago (2016, p. 56), un estudio aplicado sustenta la aplicación de teorías con la finalidad de solucionar diversas problemáticas.

3.1.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

Para Valderrama, Santiago (2016, p. 62). El diseño realizado en este diseño de estudio es un tipo de experimento semionírico, este estudio se realiza con el fin de mejorar el nivel de servicio en las ventas, donde los datos obtenidos son tomados de las prácticas actuales de la empresa por lo tanto se implementará. rango. Haga que el grupo de prueba aplique la primera o primera medición, luego la medición posterior o final. Por lo tanto, se registra una medida de la diferencia entre las pruebas antes y después.

El diseño tiene la siguiente estructura.

G: O₁ – X – O₂

Donde:

O₁: Pre – Test

X: Estimulo o Tratamiento

O₂: Post – Test

3.2 Variables y operacionalización:

Variable independiente: Gestión de Almacenes

Definición conceptual:

Para el autor Flamarique, Sergi (2018, p. 36), la gestión de almacenes le permite controlar la mercadería, cómo se ubican correctamente, lo que reduce la mala operación y la pérdida de tiempo, se trata de cómo y dónde se almacenan la mercadería, tiene como objetivo facilitar la entrega mediante el control del almacén, lo que le permite comprender la cantidad del almacén. y ubicación exacta, para garantizar la confiabilidad.

Definición operacional:

las técnicas en el almacén son muy importantes, porque dependen del tipo de almacén, que se desarrolla con frecuencia y con una funcionalidad mínima, a partir de la cual podemos identificar sus procesos de gestión, a saber: su distribución, entrada y colocación, retiro y distribución de materiales, venta de mercadería y manejo de inventarios.

Dimensión 1: Recepción

Indicador 1: Entregas perfectamente recibidas

$$\left(\frac{\text{Pedidos entrados completos}}{\text{Total de pedidos recibidas}} \right) \times 100\%$$

Dimensión 2: Almacenamiento

Indicador 2: Confiabilidad de inventarios

$$\left(1 - \left(\frac{\text{N}^\circ \text{ de paquetes con diferencias}}{\text{Total de paquetes}} \right) \right) \times 100\%$$

Dimensión 3: Picking

Indicador 3: Nivel de unidades preparadas

$$\left(\frac{\text{N}^\circ \text{ ítem preparados}}{\text{Tiempo trabajado}} \right) \times 100\%$$

Dimensión 4: Despacho

Indicador 4: Nivel de cumplimiento de despacho

$$\left(\frac{\text{N}^\circ \text{ de despachados cumplidos}}{\text{Total de despachados requeridos}} \right) \times 100\%$$

Variable dependiente; Nivel de Servicio

Definición conceptual:

Para la autora Martin, María y Diaz, Eloísa (2016, p. 193), nos menciona en su libro que el nivel de servicio es la capacidad de poder mostrar al cliente una variedad de productos que puede demandar en el momento de la compra, es decir, la relación que tiene entre los productos disponibles en el almacén o en exposición, y por lo tanto los que espera encontrar el cliente

Definición operacional:

Por otro lado, Publicaciones Vértice S.L., finalizo que la existencia del nivel de servicio es resultado del tiempo como variante en toda función económica, si el cliente estuviera listo a esperar eternamente a que se saciara su demanda, todas las peticiones recibidas serian atendidas y el nivel de servicio seria al 100”%.

Dimensión 1: Pedidos entregados a tiempo

Indicador 1: Entregas a tiempo

$$\left(\frac{\text{Pedidos entregados a tiempo}}{\text{Total de pedidos entregados}} \right) \times 100\%$$

Dimensión 2: Pedidos entregados completos

Indicador 2: Entregas completas

$\left(\frac{\text{Pedidos entregados completos}}{\text{Total de pedidos entregados}}\right) \times 100\%$
--

Dimensión 3: Calidad de pedidos entregados

$\left(\frac{\text{Pedidos entregados perfectos}}{\text{total de pedidos entregados}}\right) \times 100\%$
--

3.3 Población y Muestra

3.3.1 Población:

Según Fidias, Arias (2016, p.81), nos dice que se debe determinar una imagen holística del fenómeno en estudio, que incluya todas las unidades de análisis o entidades de población que componen el fenómeno, para un estudio particular integrando conjuntos de N unidades involucradas en una característica particular. En esta ocasión la población vendría ser las ventas, informes realizados de compras y pedidos realizados como rechazados en el transcurso de la compra en la empresa Negociaciones Encalada.

3.3.2 Muestra:

Según Fidias, Arias (2016, p.83), nos dice que es una parte seleccionada de la población de la cual se puede obtener eficientemente información para la investigación y de la cual se puede medir y observar la variable en estudio. El estudio seleccionó información logística para evaluar el nivel de servicio brindado, así como el número y consistencia de las quejas de cada cliente durante el proceso de venta.

3.3.3 Muestreo:

Para Ñaupás, Humberto, (2018, p. 388) nos indica un procedimiento para seleccionar los componentes del estudio como muestras constituyentes y así poder recopilar los datos necesarios para las muestras y la investigación.

En nuestro estudio se utilizó una muestra no probabilística. Su tamaño es el mismo que el tamaño de la población de la muestra ajustada.

3.4 Procedimiento

Con el objetivo de realizar esta investigación sobre la empresa investigada, Negociaciones encalada EIRL, nos hemos coordinado con el propietario de la empresa para que nos dé acceso a la empresa y la información. El trabajo comenzó con un análisis del almacén, descubriendo problemas y entrevistando a varios trabajadores. Los indicadores de productividad se calculan a partir de los datos de la empresa. Luego implemente la gestión de almacenes mejorando el proceso de recibir, recibir, enviar y recibir. Consulta información de inventario, medidas de superficie y análisis ABC. Finalmente, luego de aplicar la gestión de almacenes, identificamos indicadores de nivel de servicio y analizamos sus cambios.

OPERACIONES DEL ALMACÉN DE NEGOCIACIONES ENCALADA

RECEPCIÓN DE MERCADERÍA

El proceso inicia desde que el proveedor descarga toda la mercadería requerida, una vez descargada se hace entrega de la guía de remisión al personal encargado el cual tendrá que verificar que la mercadería este en buen estado es decir tiene que revisar que no tenga fallas o cortes, que el grosor del cuero sea el indicado a lo requerido, revisar las huinchas donde viene la descripción de las mantas y el nombre de cuero, ver que el cuero no esté acartonado (tieso), ver la lista de pedido del cuero que se ha requerido la curtiembre y así poder verificar que no se halla mandado más o menos mercadería por equivocación, después de ver estos pasos se tiene que hacer el ingreso de la mercadería en la herramienta Excel que tiene las divisiones de cada tipo de cuero como se puede observar en la tabla N° 1.

Las fallas que se han detectado en este proceso son la cantidad de productos entrantes los cuales se necesita hacer un segundo cotejamiento para poder identificar bien los datos ya que el dato apuntado por el personal no era el mismo a la guía de remisión recibida por el proveedor al mismo tiempo se puede ver que

algunos paquetes de cuero contenía manchas, venas y cortes, el cual no es un buen cuero para vender como primera ya que nosotros vendemos al por mayor y menor, otra falla que se vivía en el almacén son que no contaban con formatos de control de entrada y salida de almacén ni con el formato de pedido de mercadería por el cual el personal solo ingresaba la mercadería sin hacer presente las fallas o devoluciones de la mercadería, estos inconvenientes van acumulando mermas, inventarios sin resultado, un stock defectuoso, estos inconvenientes se verían afectando el área de ventas ya que al momento entregar cantidades de pesajes de algún tipo de cuero no se sabría saber la cantidad específica y el vendedor tendría problemas al despachar la mercadería.

A continuación, podemos observar la tabla de la recepción antes:

TABLA N° 1: RECOLECCIÓN DE DATOS DE RECEPCIÓN - ANTES

PEDIDOS PERFECTAMENTE RECIBIDOS			
SEMANAS	PEDIDOS ENTRADOS COMPLETOS	TOTAL DE PEDIDOS RECIBIDOS	% DE PEDIDOS ENTRADOS CORECTAMENTE
Sem. #1 Enero	15	69	21.74%
Sem. #2 Enero	10	45	22.22%
Sem. #3 Enero	7	46	15.22%
Sem. #4 Enero	3	22	13.64%
Sem. #5 Enero	17	90	18.89%
Sem. #6 Febrero	10	42	23.81%
Sem. #7 Febrero	9	28	32.14%
Sem. #8 Febrero	7	27	25.93%
Sem. #9 Marzo	19	111	17.12%
Sem. #10 Marzo	4	21	19.05%
Sem. #11 Marzo	12	61	19.67%
Sem. #12 Marzo	20	59	33.90%
PROMEDIO			21.94%

Fuente: Elaboración propia

Almacenamiento

El almacenamiento que se realiza se guía por la clasificación de ABC que tiene los productos tanto como el espacio disponible que tiene los andamios el cual no es respetado por los trabajadores ya que no tenían conocimiento del tipo de mercadería que se ingresaba en el almacén o porque las mermas ocupaban espacio, el cual la clasificación ya está en un diagrama de operaciones que se

puede visualizar en la tabla N° 3, para que el almacenista o el operario pueda visualizar fácilmente la clasificación de los productos.

Los problemas más comunes que se han encontrado en esta etapa es la falta de conocimiento de la ubicación de la mercadería y la confusión de mercadería ya que algunos cueros son similares, el retraso de almacenamiento se da también porque la mercadería fallada es subida al almacén, cuando se debería dejar en la recepción para que sea devuelta y al momento que se dan cuenta hacen doble trabajo volviendo al área de recepción, otro problema que se encuentra es cuando se acomoda el cuero ya que al almacenarlo mal se tiene que volver a ubicar en su respectivo sitio y eso puede provocar que se salgan las huinchas o que se maltrate el cuero el cual deteriora si precio de venta.

TABLA N° 2: RECOLECCIÓN DE DATOS DE ALMACENAMIENTO - ANTES

CONFIABILIDAD DE INVENTARIOS			
SEMANAS	PAQUETES CON DIFERENCIA	TOTAL DE PAQUETES	% NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE DESPACHO
Sem. #1 Enero	124	273	54.58%
Sem. #2 Enero	118	213	44.60%
Sem. #3 Enero	91	157	42.04%
Sem. #4 Enero	105	189	44.44%
Sem. #5 Enero	127	259	50.97%
Sem. #6 Febrero	98	205	52.20%
Sem. #7 Febrero	134	174	22.99%
Sem. #8 Febrero	128	258	50.39%
Sem. #9 Marzo	97	158	38.61%
Sem. #10 Marzo	109	201	45.77%
Sem. #11 Marzo	99	181	45.30%
Sem. #12 Marzo	114	184	38.04%
PROMEDIO			44.16%

Fuente: Elaboración propia

Picking

En esta etapa se tiene que ubicar el producto y dejarlo en la zona de despacho, pero el problema se da cuando el personal no tiene conocimiento sobre la ubicación de los productos por el cual el personal se demora en sacar la mercadería ya que es dificultoso cuando el material este combinado con otros

cueros el cual el tiempo de búsqueda aumenta y el retraso puede dar como resultado la cancelación del pedido del cliente.

Este proceso se da en el momento el tiempo máximo para hacer realizar un pedido se debe tardar como min 15 a 18 min, pero cuando tiene los inconvenientes mencionados, el trabajador puede demorar hasta los 29 a 32 min sobrepasando el tiempo límite del cliente ya que nuestras listas son requeridas dos horas o un día antes al personal de ventas, el cual es entregada al personal de almacén.

El método consiste en recoger la lista de mercadería requerida con las ubicaciones del almacén y así el personal pueda agilizar el tiempo de búsqueda el cual podremos observar en la hoja de datos tomando los tiempos realizados en la semana, otro método será que los trabajadores puedan visualizar el catálogo de productos que se cuenta en la tienda y así puedan familiarizarse con los productos que tienen en el almacén tanto como capacitación en conocimiento de cuero.

TABLA N° 3: RECOLECCIÓN DE DATOS DE PICKING – ANTES

NIVEL DE UNIDADES PREPARADAS			
SEMANAS	N° ITEM PREPARADOS	TIEMPO TRABAJADO	% DE UNIDADES PREPARADAS
Sem. #1 Enero	22	198	11.11%
Sem. #2 Enero	45	336	13.39%
Sem. #3 Enero	33	183	18.03%
Sem. #4 Enero	57	376	15.16%
Sem. #5 Enero	66	368	17.93%
Sem. #6 Febrero	63	302	20.86%
Sem. #7 Febrero	55	343	16.03%
Sem. #8 Febrero	76	420	18.10%
Sem. #9 Marzo	43	279	15.41%
Sem. #10 Marzo	75	412	18.20%
Sem. #11 Marzo	65	352	18.47%
Sem. #12 Marzo	73	350	20.86%
PROMEDIO			16.96%

Fuente: Elaboración propia

Despacho

Esta etapa comienza desde que el vendedor recibe la mercadería del almacén previo Picking, en esta etapa se debe cotejar la hoja de pedido con lo entregado ver que la mercadería requerida este completa y sin fallas, el problema se da en el momento de la revisión antes de ser entregada al cliente ya que se debe ver las fallas que tiene el cuero esta revisión se evitaría si al momento de la recepción hubiera una buena clasificación del cuero.

Otro problema son las cantidades requeridas por el cliente, lo que sucede es que el operario del despacho realiza la guía, pero esta guía no cuadra con la hoja de salida del almacén ya que hay diferencias por 5 pies o hasta mantas enteras, por el cual se tiene que hacer la revisión paquete por paquete para ver que sean paquetes sellados o mantas completas.

Una vez ubicados los problemas se genera la guía de remisión al cliente para que pueda avanzar con su trabajo, estos problemas generan tiempos perdidos y malestar en los clientes ya que ellos miden el tiempo de cada compra que realizan.

TABLA N° 4: RECOLECCIÓN DE DATOS DE DESPACHO – ANTES

NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE DESPACHOS			
SEMANAS	DESPACHOS CUMPLIDOS	DESPACHOS REQUERIDOS	% NIVEL DE CUMPLIMIENTOS DE DESPACHO
Sem. #1 Enero	10	26	38.46%
Sem. #2 Enero	12	35	34.29%
Sem. #3 Enero	12	33	36.36%
Sem. #4 Enero	10	33	30.30%
Sem. #5 Enero	15	39	38.46%
Sem. #6 Febrero	12	35	34.29%
Sem. #7 Febrero	11	33	33.33%
Sem. #8 Febrero	9	31	29.03%
Sem. #9 Marzo	18	46	39.13%
Sem. #10 Marzo	14	38	36.84%
Sem. #11 Marzo	17	36	47.22%
Sem. #12 Marzo	15	33	45.45%
PROMEDIO			36.93%

Fuente: Elaboración propia

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Esta técnica se utiliza para recopilar datos sobre dos variables, observacional y analítica, a través de informes de ventas, compras y revisiones de quejas realizadas durante el proceso de compra. De manera similar, se analiza la tasa de rotación de cada trabajador, el número de ventas por día de cada trabajador y el orden de llegada de la piel semanal

Instrumento de recolección de datos

Las herramientas utilizadas son tablas de recopilación de datos, ventas semanales y mensuales, tiempos de pedidos y entregas, organización de almacenes, evaluaciones de facturación y documentos subyacentes de los cuales se recopila información para investigaciones. Una ficha de recogida de datos es, por tanto, un documento formado por un conjunto de ítems a cumplimentar, cuyas respuestas proporcionan información precisa para la interpretación de los resultados.

Validación del instrumento

La herramienta está diseñada para manipular variables. La efectividad basada en tres calificaciones de expertos. Las herramientas de medición utilizan lo que realmente desea medir. En este caso, los formularios de recolección de datos y las revisiones de datos corresponden a herramientas de medición de datos.

3.6 Métodos de análisis de datos

Para realizar el análisis se utilizará la estadística aplicada mediante la Ficha de Recolección de datos de la empresa Negociaciones Encalada, para ello se empleará el SPSS 23 para obtener los datos estadísticos y gráficos correspondientes, se utilizó el Microsoft Excel y el software estadístico SPSS V26, con el propósito de establecer la comprobación de la hipótesis planteada, asimismo, los datos obtenidos fueron analizados utilizándose la estadística descriptiva e inferencial.

Análisis descriptivo

Los datos se recopilan a partir de formatos de evaluación previa y posterior para las variables independientes y dependientes analizadas y se muestran correctamente en gráficos y tablas.

Análisis inferencial

Los datos recopilados de los formularios de evaluación previa y posterior de las variables independientes y dependientes se analizaron mediante pruebas paramétricas y no paramétricas que nos permitieron determinar las características de la población y sus diferencias.

3.7 Aspectos éticos

Aspectos y valores éticos que fundamentan el desarrollo de este proyecto que realizamos en la empresa Negociaciones Encalada EIRL con la autorización de la misma empresa Anexo N°2, son los siguientes:

- Utilizar la información únicamente con fines académicos.
- Respetar la información que reciba y no distorsione la realidad.
- Uso exclusivo para el aprendizaje de información de clientes y proveedores.
- Se considera la confiabilidad de los resultados, el respeto por la responsabilidad social y la privacidad, y la protección de la identidad de los participantes de la investigación.

IV. RESULTADOS

PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN

GENERALIDADES DE LA EMPRESA

NEGOCIACIONES ENCALADA EIRL se dedica a la compra y venta de cuero terminado que se utiliza para armar todo tipo de calzado de diferentes calidades, tiene como objetivo brindar un buen servicio tanto de venta y productos, cuenta con una tienda en el Rímac que provee tanto en provincias del sur como el norte.

UBICACIÓN DE LA EMPRESA

La empresa está ubicada en Lima en la Av. Esteban salmón "Ex bata"- Rímac y en este distrito se cuenta con más de 10 tiendas que compiten con Negociaciones Encalada EIRL.

CARTERA DE PRODUCTOS

Poseemos una carta de productos de diferentes calidades de cuero, que están clasificados por el tipo de cuero como, por ejemplo: cuero nobuck que es utilizados en los zapatos de la maraca CAT, cuero guante que se puede visualizar en las tiendas BATA o PASARELA (Figura N°16) y por último el cuero gummy que son utilizados en zapatos sport elegante o sport que se visualiza en la marca IMPERIUM (Figura N°17).

CLIENTES

Contamos con distinguidos clientes que proveen a empresas muy conocidas en Perú como PASARELA, BATA, CAT, RIPLEY, SAGA FALABELLA, etc.; no solo a empresas grandes también a microempresas que se encuentran ubicadas en Abancay o más conocido como Paruro que tiene diferentes calidades de zapatos de cuero.

SITUACIÓN DE MEJORA:

RECEPCIÓN DE MERCADERÍA

En este proceso, todo el proceso de gestión de almacenes comienza desde este punto, por lo que hemos prestado más atención a la gestión de ingresos. Este es

el punto más importante establecido desde la mesa de entrada al almacén en comparación con la guía de compra. A medida que sale de la curtiduría, los paquetes se revisan en busca de cuero y peso.

Se implemento un calibrador y se les dio reglas estrictas para cada grosor de cuero por ejemplo los cueros crust deben tener un grosor de 1.6, estos grosores se podrán visualizar al final de las tablas de ingreso para que al trabajador se le haga más fácil la visualización, otra herramienta que nos ayuda mucho es la etiquetadora manual, ya que hemos tenido problemas con las huinchas que tiene cada paquete, por ejemplo si un paquete no viene con su huincha se nos hace más difícil ver el tipo de cuero y las mantas que contiene ya que en el momento del Picking es muy útil la visualización de mantas ya que depende de esa huincha para generar los pedidos.

Para ayudar a los empleados a cumplir con estas reglas, se realizan entrevistas tres veces por semana sobre las especificaciones de recepción y cómo se identifican los defectos, y los clientes informan devoluciones o errores cada vez y pierden la confianza del cliente.

A continuación, se podrá visualizar el nuevo método empleado.

TABLA N° 5: RECOLECCIÓN DE DATOS DE RECEPCIÓN – DESPUES

PEDIDOS PERFECTAMENTE RECIBIDOS			
SEMANAS	PEDIDOS ENTRADOS COMPLETOS	TOTAL DE PEDIDOS RECIBIDOS	% DE PEDIDOS ENTRADOS CORECTAMENTE
Sem. #13 Marzo	32	33	96.97%
Sem. #14 Abril	72	74	97.30%
Sem. #15 Abril	44	47	93.62%
Sem. #16 Abril	51	53	96.23%
Sem. #17 Abril	99	101	98.02%
Sem. #18 Mayo	14	15	93.33%
Sem. #19 Mayo	31	33	93.94%
Sem. #20 Mayo	50	52	96.15%
Sem. #21 Mayo	54	55	98.18%
Sem. #22 Mayo	53	54	98.15%
Sem. #23 Junio	27	29	93.10%
Sem. #24junio	99	101	98.02%
PROMEDIO			96.08%

Fuente: Elaboración propia

ALMACENAMIENTO

En el proceso, se enfocó la dificultad de la búsqueda que presentaron los trabajadores, pues una vez que ingresaron a la bodega fueron mapeados y ubicados, ya sea porque no respetaron ciertas clasificaciones, o porque había muchos tipos de cueros a procesar. Así que no hay fusión ni desorden en el cuero preservada. Este proceso se mejoró mediante la clasificación colocada en el cuero.; al momento de ingresar al almacén como, por ejemplo: el cuero debe tener el nombre como GUMY, color: NUTRIA, espesor: 1.8 y ubicación: Andamio 1, como podemos visualizar en el cuadro:

GNU-1.8-A1

Con esta mejora beneficiaremos en el proceso del Picking ya que la búsqueda del producto podrá facilitar la confiabilidad del inventario a llevar un mejor control del almacenamiento que se realiza.

TABLA N° 6: RECOLECCIÓN DE DATOS DE ALMACENAMIENTO - DESPUES

CONFIABILIDAD DE INVENTARIOS			
SEMANAS	PAQUETES CON DIFERENCIAS	TOTAL DE PAQUETES	% DE CONFIABILIDAD DE INVENTARIOS
Sem. #13 Marzo	5	90	94.44%
Sem. #14 Abril	10	107	90.65%
Sem. #15 Abril	9	102	91.18%
Sem. #16 Abril	10	125	92.00%
Sem. #17 Abril	11	97	88.66%
Sem. #18 Mayo	12	134	91.04%
Sem. #19 Mayo	9	89	89.89%
Sem. #20 Mayo	12	125	90.40%
Sem. #21 Mayo	10	125	92.00%
Sem. #22 Mayo	9	146	93.84%
Sem. #23 Junio	12	149	91.95%
Sem. #24junio	8	88	90.91%
PROMEDIO			91.41%

Fuente: Elaboración propia

PICKING

En este proceso usamos la clasificación de los productos junto a la clasificación donde debe ir la mercadería es decir a la hora que el trabajador reciba la lista de Picking podrá visualizar los casilleros donde se encuentra dicha mercadería; el cual evitara el tiempo que necesita el trabajador para hacer la separación de la mercadería, por otro lado, los recorridos que hace por cada separación han disminuido el cual se puede visualizar en los resultados.

Los casilleros se muestran al ingreso del almacén cada uno especificando el color que lleva y el tipo de cuero; el formato que se usa para la salida del almacén será el mismo con el cual se cotejará la mercadería en el despacho y así evitar la confusión en el momento del papeleo y agilizar el trabajo.

TABLA N° 7: RECOLECCIÓN DE DATOS DE PICKING –DESPUES

NIVEL DE UNIDADES PREPARADAS			
SEMANAS	N° ITEM PREPARADOS	TIEMPO TRABAJADO	% DE UNIDADES PREPARADAS
Sem. #13 Marzo	60	166 min	36.14%
Sem. #14 Abril	77	194 min	39.69%
Sem. #15 Abril	49	83 min	59.04%
Sem. #16 Abril	80	199 min	40.20%
Sem. #17 Abril	71	190 min	37.37%
Sem. #18 Mayo	60	185 min	32.43%
Sem. #19 Mayo	74	192 min	38.54%
Sem. #20 Mayo	69	167 min	41.32%
Sem. #21 Mayo	72	184 min	39.13%
Sem. #22 Mayo	63	169	37.28%
Sem. #23 Junio	64	158	40.51%
Sem. #24 Junio	70	175	40.00%
PROMEDIO			40.14%

Fuente: Elaboración propia

DESPACHO

En este punto hubo demasiados errores y retrasos debido a que la lista de cuero para llevar no coincidía con lo que tenían los empleados. Esto se debió al problema de que el peso del paquete era menor al solicitado y el color era

diferente, estos reclamos por el cliente se han tomado en cuenta para evitar pérdidas al cliente como a la empresa ya que un cliente insatisfecho es una venta no generada.

El nuevo procedimiento para mejorar el despacho es cuando el operario recibe la salida del almacén las revisiones que tendrá que hacer el trabajador en este punto hubo demasiados errores y retrasos debido a que la lista de cuero para llevar no coincidía con lo que tenían los empleados. Esto se debió al problema de que el peso del paquete era menor al solicitado y el color era diferente.

TABLA N° 8: RECOLECCIÓN DE DATOS DE DESPACHO – DESPUES

RECOLECCIÓN DE DATOS DE DESPACHO			
SEMANAS	DESPACHOS CUMPLIDOS	DESPACHOS REQUERIDOS	% NIVEL DE CUMPLIMIENTOS DE DESPACHO
Sem. #13 Marzo	28	31	90.32%
Sem. #14 Abril	39	45	86.67%
Sem. #15 Abril	27	32	84.38%
Sem. #16 Abril	25	30	83.33%
Sem. #17 Abril	27	33	81.82%
Sem. #18 Mayo	24	33	72.73%
Sem. #19 Mayo	39	46	84.78%
Sem. #20 Mayo	34	37	91.89%
Sem. #21 Mayo	38	39	97.44%
Sem. #22 Mayo	27	32	84.38%
Sem. #23 Junio	25	30	83.33%
Sem. #24 Junio	29	31	93.55%
PROMEDIO			86.22%

Fuente: Elaboración propia

ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

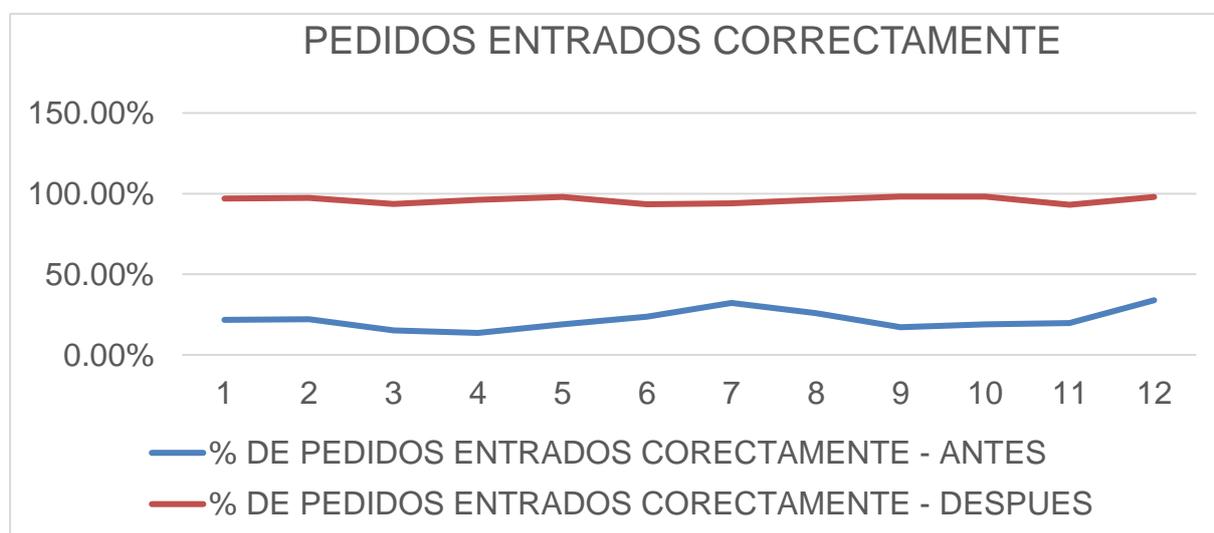
INDICADOR: PEDIDOS ENTRADOS CORRECTAMENTE

TABLA N° 9: PEDIDOS ENTRADOS CORRECTAMENTE

SEMANAS	% DE PEDIDOS ENTRADOS CORECTAMENTE - ANTES	% DE PEDIDOS ENTRADOS CORECTAMENTE - DESPUES
1	21.74%	96.97%
2	22.22%	97.30%
3	15.22%	93.62%
4	13.64%	96.23%
5	18.89%	98.02%
6	23.81%	93.33%
7	32.14%	93.94%
8	25.93%	96.15%
9	17.12%	98.18%
10	19.05%	98.15%
11	19.67%	93.10%
12	33.90%	98.02%
PROMEDIO	21.94%	96.08%

Fuente: Elaboración propia

GRAFICO N° 1: PEDIDOS ENTRADOS CORRECTAMENTE



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: Del cuadro N° 9 Se puede destacar que, en promedio, los datos de confiabilidad del inventario obtenidos luego de aplicar las mejoras aumentaron en un 74.14% con respecto a los datos recolectados inicialmente.

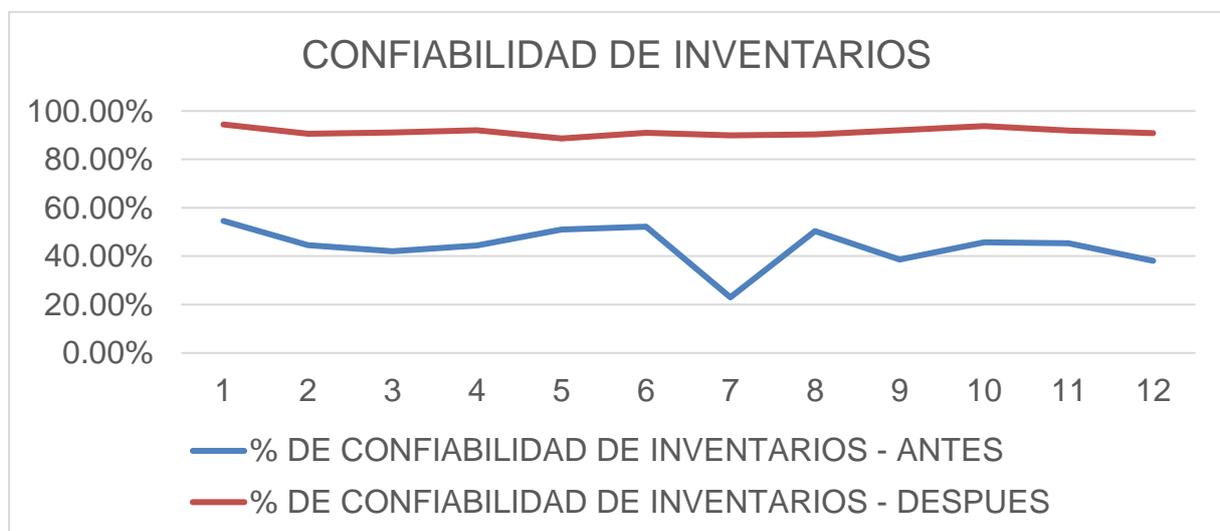
INDICADOR: CONFIABILIDAD DE INVENTARIOS

TABLA N° 10: CONFIABILIDAD DE INVENTARIOS

SEMANAS	% DE CONFIABILIDAD DE INVENTARIOS - ANTES	% DE CONFIABILIDAD DE INVENTARIOS - DESPUES
1	54.58%	94.44%
2	44.60%	90.65%
3	42.04%	91.18%
4	44.44%	92.00%
5	50.97%	88.66%
6	52.20%	91.04%
7	22.99%	89.89%
8	50.39%	90.40%
9	38.61%	92.00%
10	45.77%	93.84%
11	45.30%	91.95%
12	38.04%	90.91%
PROMEDIO	44.16%	91.41%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO N° 2: CONFIABILIDAD DE INVENTARIOS



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: Del cuadro N° 10 Se puede destacar que los datos de confiabilidad del inventario obtenidos luego de aplicar las mejoras aumentaron en un promedio de 47.25% en comparación con los datos recolectados inicialmente.

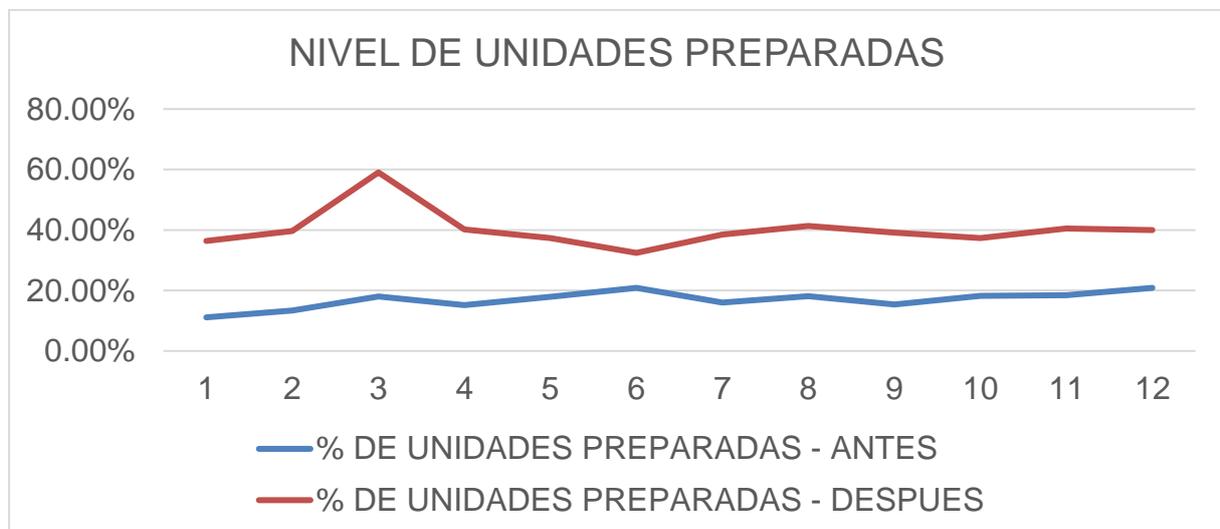
INDICADOR: NIVEL DE UNIDADES PREPARADAS

TABLA N° 11: NIVEL DE UNIDADES PREPARADAS

SEMANAS	% DE UNIDADES PREPARADAS - ANTES	% DE UNIDADES PREPARADAS - DESPUES
1	11.11%	36.40%
2	13.39%	39.69%
3	18.03%	59.04%
4	15.16%	40.20%
5	17.93%	37.37%
6	20.86%	32.43%
7	16.03%	38.54%
8	18.10%	41.32%
9	15.41%	39.13%
10	18.20%	37.28%
11	18.47%	40.51%
12	20.86%	40.00%
PROMEDIO	16.96%	40.14%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO N° 3: NIVEL DE UNIDADES PREPARADAS



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: Del cuadro N° 11 Se puede destacar que los datos de confiabilidad del inventario obtenidos luego de aplicar las mejoras aumentaron en un promedio de 23.18% con respecto a los datos recolectados inicialmente.

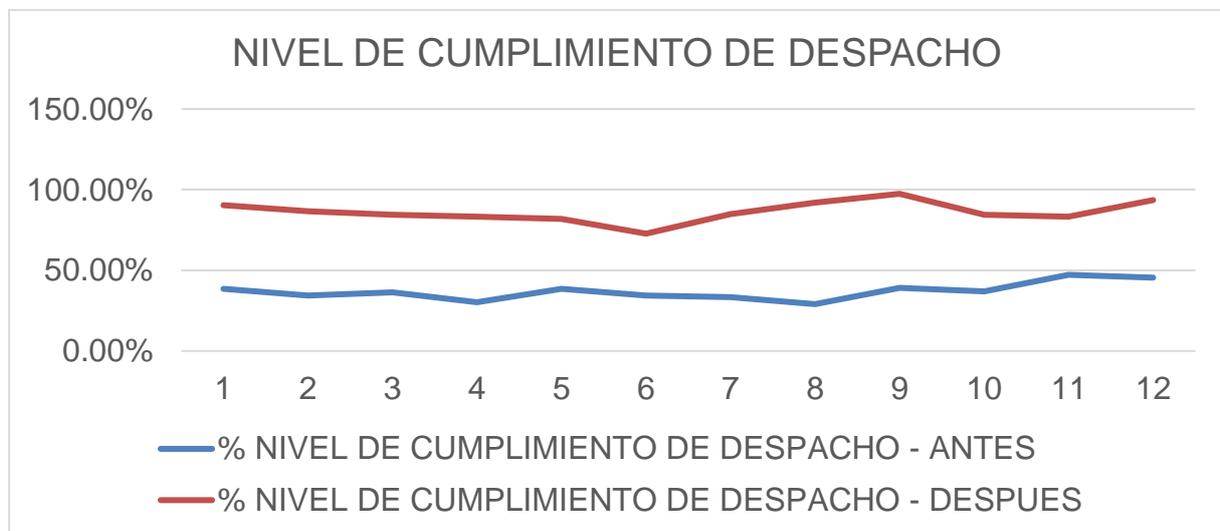
INDICADOR: NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE DESPACHO

TABLA N° 12: NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE DESPACHO

SEMANAS	% NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE DESPACHO - ANTES	% NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE DESPACHO - DESPUES
1	38.46%	90.32%
2	34.29%	86.67%
3	36.36%	84.38%
4	30.30%	83.33%
5	38.46%	81.82%
6	34.29%	72.73%
7	33.33%	84.78%
8	29.03%	91.89%
9	39.13%	97.44%
10	36.84%	84.38%
11	47.22%	83.33%
12	45.45%	93.55%
PROMEDIO	36.93%	86.22%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO N° 4: NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE DESPACHO



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: Del cuadro N° 12 Se puede destacar que los datos de confiabilidad del inventario obtenidos luego de la aplicación de las mejoras aumentaron en un promedio de 49.29% con respecto a los datos recolectados inicialmente.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

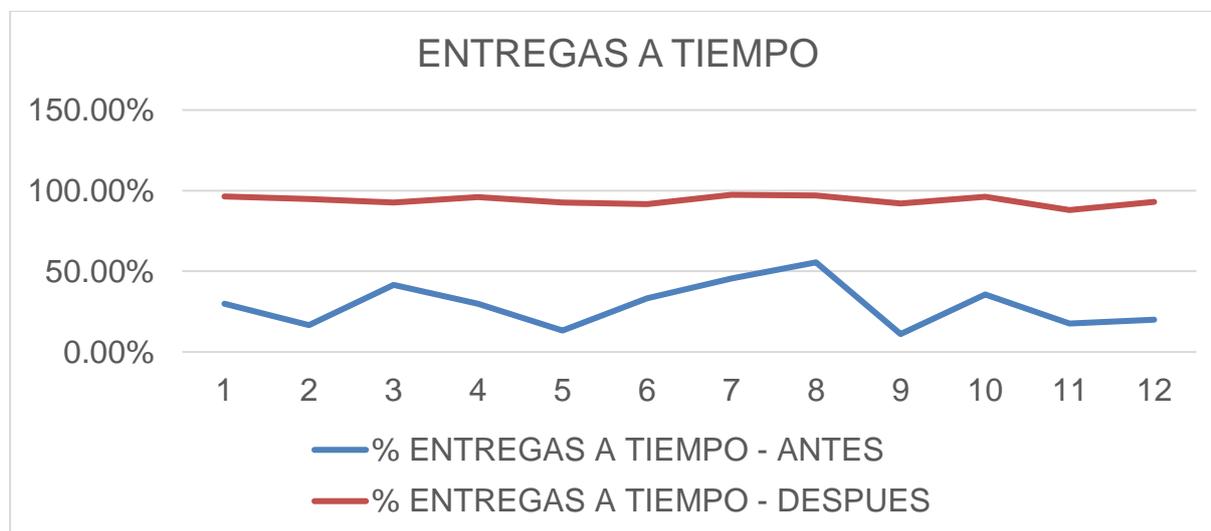
INDICADOR: ENTREGAS A TIEMPO

TABLA N° 13: ENTREGAS A TIEMPO

SEMANAS	% ENTREGAS A TIEMPO - ANTES	% ENTREGAS A TIEMPO - DESPUES
1	30.00%	96.43%
2	16.67%	94.87%
3	41.67%	92.59%
4	30.00%	96.00%
5	13.33%	92.59%
6	33.33%	91.67%
7	45.45%	97.44%
8	55.56%	97.06%
9	11.11%	92.11%
10	35.71%	96.30%
11	17.65%	88.00%
12	20.00%	93.10%
PROMEDIO	29.21%	94.01%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO N° 5: ENTREGAS A TIEMPO



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: Del cuadro N° 13 Se puede destacar que los datos de confiabilidad del inventario obtenidos luego de la aplicación de las mejoras aumentaron en un promedio de 64.80% con respecto a los datos recolectados inicialmente.

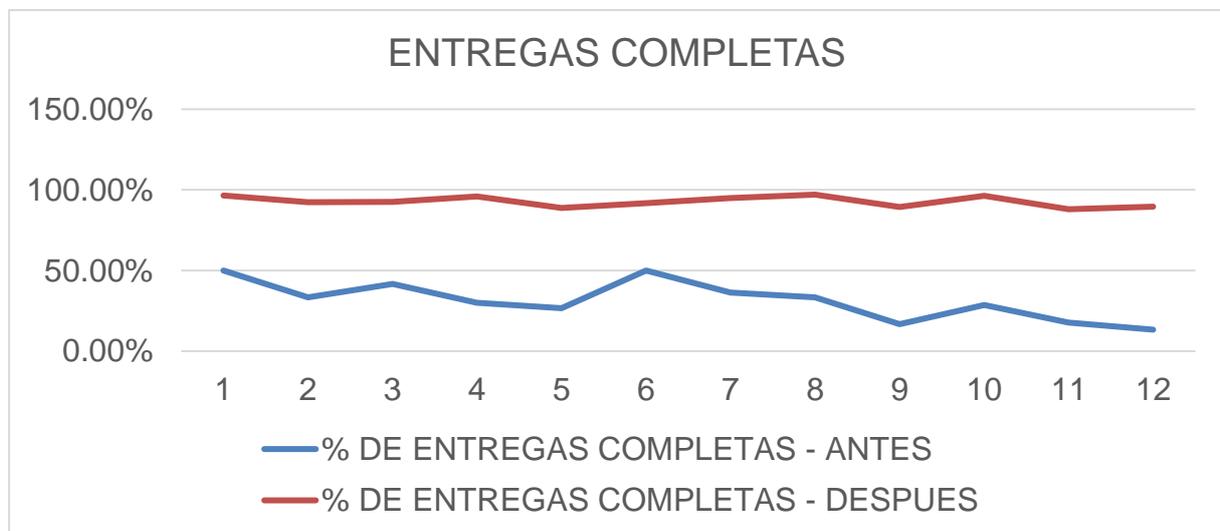
INDICADOR: ENTREGAS COMPLETAS

TABLA N° 14: ENTREGAS COMPLETAS

SEMANAS	% DE ENTREGAS COMPLETAS - ANTES	% DE ENTREGAS COMPLETAS - DESPUES
1	50.00%	96.43%
2	33.33%	92.31%
3	41.67%	92.59%
4	30.00%	96.00%
5	26.67%	88.89%
6	50.00%	91.67%
7	36.36%	94.87%
8	33.33%	97.06%
9	16.67%	89.47%
10	28.57%	96.30%
11	17.65%	88.00%
12	13.33%	89.66%
PROMEDIO	31.47%	92.77%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO N° 6: ENTREGAS COMPLETAS



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: Del cuadro N° 14 Se puede destacar que los datos obtenidos de la confiabilidad del inventario luego de aplicar las mejoras aumentaron en un promedio de 61.30% con respecto a los datos recolectados inicialmente.

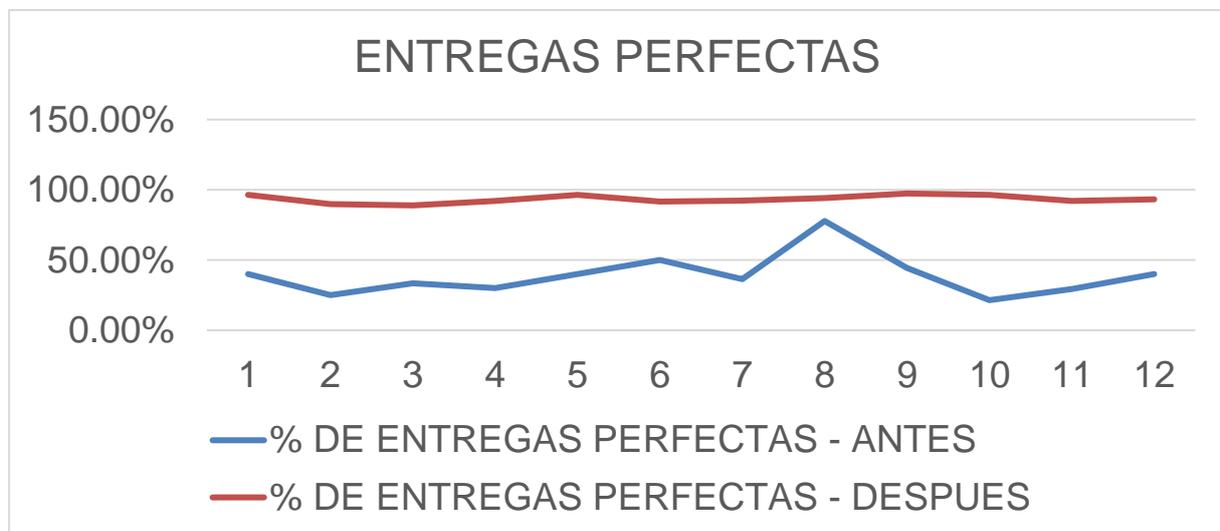
INDICADOR: ENTREGAS PERFECTAS

TABLA N° 15: ENTREGAS PERFECTAS

SEMANAS	% DE ENTREGAS PERFECTAS - ANTES	% DE ENTREGAS PERFECTAS - DESPUES
1	40.00%	96.43%
2	25.00%	89.74%
3	33.33%	88.89%
4	30.00%	92.00%
5	40.00%	96.30%
6	50.00%	91.67%
7	36.36%	92.31%
8	77.78%	94.12%
9	44.44%	97.37%
10	21.43%	96.30%
11	29.41%	92.00%
12	40.00%	93.10%
PROMEDIO	38.98%	93.35%

Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO N° 7: ENTREGAS PERFECTAS



Fuente: Elaboración propia

INTERPRETACIÓN: Del cuadro N° 15 Se puede destacar que los datos de confiabilidad del inventario obtenidos luego de aplicar las mejoras aumentaron en un promedio de 54.37% en comparación con los datos recolectados inicialmente.

RESULTADOS CON EL PROGRAMA SPSS22 DE LA VARIABLE
DEPENDIENTE: NIVEL DE SERVICIO

PEDIDOS ENTREGADOS A TIEMPO

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	estadístico	gl	sig.	estadístico	gl	sig.
Antes	,163	12	,200*	,950	12	,640
Después	,177	12	,200*	,918	12	,267
*. Este es un límite de la significación verdadera						
a. Corrección de la significación de Lilliefors						

Fuente: Spss21

Ho: La aplicación de gestión de almacenes no aumenta los pedidos entregados a tiempo del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2018.

Ha: La aplicación de gestión de almacenes si aumenta los pedidos entregados a tiempo del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2018.

Usaremos el estadígrafo dependiendo a los resultados de p

Pa=0.640 es decir es Paramétrica

Pd=0.267 es decir es Paramétrica

Utilizaremos el estadígrafo T Student

Prueba T					
[Conjunto_de_datos0]					
Estadísticos muestras relacionadas					
		Media	N	Desviación tip.	Error tip. De la media
Par 1	Antes	,2921	12	,13913	,04016
	Después	,9401	12	,02811	,00812

Fuente: Spss21

En la tabla de muestra correspondiente, podemos ver que esta última media es mayor que la anterior. Una regla de decisión rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alternativa.

Por otro lado, la prueba de muestra relacionada muestra un valor de significancia de 0.000 que es menor a 0.05, rechazando así la hipótesis nula y reafirmando la aceptación de la hipótesis del investigador.

Prueba de muestras relacionadas								
	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación tip.	Error tip. De la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia				
				Inferior	Superior			
Par 1 ANTES-DESPUES	-,64807	,12483	,03603	-,72738	-,56876	-17,985	11	,000

Fuente: Spss21

PEDIDOS ENTREGADOS COMPLETOS

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	estadístico	gl	sig.	estadístico	gl	sig.
Antes	,124	12	,200*	,948	12	,606
Después	,170	12	,200*	,906	12	,190
*. Este es un límite de la significación verdadera						
a. Corrección de la significación de Lilliefors						

Fuente: Spss21

Ho: La aplicación de gestión de almacenes no aumenta los pedidos entregados completos del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2018.

Ha: La aplicación de gestión de almacenes si aumenta los pedidos entregados completos del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2018.

Usaremos el estadígrafo dependiendo a los resultados de p

Pa=0.606 es decir es Paramétrica

Pd=0.190 es decir es Paramétrica

Utilizaremos el estadígrafo T Student

Prueba T					
[Conjunto_de_datos0]					
Estadísticos muestras relacionadas					
		Media	N	Desviación tip.	Error tip. De la media
Par 1	Antes	,3147	12	,12039	,03476
	Después	,9277	12	,03288	,00949

Fuente: Spss21

En la tabla de muestra correspondiente, podemos ver que esta última media es mayor que la anterior. Una regla de decisión rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis alternativa.

Por otro lado, la prueba de muestra relacionada muestra un valor de significancia de 0.000 que es menor a 0.05, rechazando así la hipótesis nula y reafirmando la aceptación de la hipótesis del investigador.

	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación tip.	Error tip. De la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia				
				Inferior	Superior			
Par 1 ANTES-DESPUES	-,61306	,10607	,03062	-,68045	-,54566	-20,022	11	,000

Fuente: Spss21

PEDIDOS ENTREGADOS PERFECTOS

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	estadístico	gl	sig.	estadístico	gl	sig.
Antes	,155	12	,200*	,943	12	,642
Después	,190	12	,200*	,932	12	,399
*. Este es un límite de la significación verdadera						
a. Corrección de la significación de Lilliefors						

Fuente: Spss21

Ho: La aplicación de gestión de almacenes no aumenta la calidad de pedidos entregados del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2018.

Ha: La aplicación de gestión de almacenes si aumenta la calidad de pedidos entregados del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2018.

Usaremos el estadígrafo dependiendo a los resultados de p

Pa=0.542 es decir es Paramétrica

Pd=0.399 es decir es Paramétrica.

Utilizaremos el estadígrafo T Student

Prueba T					
[Conjunto_de_datos0]					
Estadísticos muestras relacionadas					
		Media	N	Desviación tip.	Error tip. De la media
Par 1	Antes	,2916	12	,06530	,01885
	Después	,9335	12	,02766	,00799

Fuente: Spss21

En la tabla de muestra correspondiente, podemos ver que la última media es mayor que la media anterior. Una regla de decisión rechaza la hipótesis nula y

acepta la hipótesis alternativa. Por otro lado, la prueba de muestra relacionada muestra un valor de significancia de 0.000 que es menor a 0.05, rechazando así la hipótesis nula y reafirmando la aceptación de la hipótesis del investigador.

	Diferencias relacionadas					t	gl	Sig. (bilateral)
	Media	Desviación tip.	Error tip. De la media	95% Intervalo de confianza para la diferencia				
				Inferior	Superior			
Par 1 ANTES-DESPUES	-,64188	,08304	,02397	-,69464	-,58912	-26,777	11	,000

Fuente: Spss21

V. DISCUSIÓN

En esta investigación se demostró con resultados positivos que la aplicación de gestión de almacenes si aumenta el nivel de servicio en la empresa Negociaciones Encalada EIRL., Asimismo podemos ver la situación de mejora al aplicar la gestión de almacenes:

Recepción: todo el proceso de gestión de almacenes comienza desde este punto, por lo que hemos prestado más atención a la gestión de ingresos. Este es el punto más importante establecido desde la mesa de entrada al almacén en comparación con la guía de compra. A medida que sale de la curtiembre, los paquetes se revisan en busca de cuero y peso. Así mismo se puede tener un orden de la mercadería entrante como saliente mediante un sistema o programa.

Almacenamiento: se enfocó la dificultad de la búsqueda que presentaron los trabajadores, pues una vez que ingresaron a la bodega fueron mapeados y ubicados, ya sea porque no respetaron ciertas clasificaciones, o porque había muchos tipos de cueros a procesar. Así que no hay fusión ni desorden en el cuero preservada. Este proceso se mejoró mediante la clasificación colocada en el cuero. De esta misma clasificación e puede dar una guía a los almacenistas para que pueda llevárselo y estudiar mejor la mercadería que se tiene en el almacén ya que ellos no pueden tener acceso a nuestro sistema o programa, de esta manera se podría avanzar mucho más rápido y mejorar aun mas nuestro servicio.

Picking: Los casilleros se muestran al ingreso del almacén cada uno especificando el color que lleva y el tipo de cuero; el formato que se usa para la salida del almacén será el mismo con el cual se cotejará la mercadería en el despacho y así evitar la confusión en el momento del papeleo y agilizar el trabajo.

Despacho: cuando el operario recibe la salida del almacén las revisiones que tendrá que hacer el trabajador en este punto hubo demasiados errores y retrasos debido a que la lista de cuero para llevar no coincidía con lo que tenían los empleados. Esto se debió al problema de que el peso del paquete era menor al solicitado y el color era diferente. En esta área se repite el mismo error que en el almacenamiento es por eso que se debe tomar más encuentra el área de almacenamiento ya que es por donde comienza el error de los trabajadores

asimismo al realizar enumeraciones o letreros mas visibles para que este error se cometa menos.

El objetivo principal es determinar como la aplicación de gestión de almacenes aumentara los niveles de servicio del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017, se puede verificar en las tablas N° 13, 14 y 15 de la página 45, 46 y 47 se puede evidenciar que el nivel de servicio antes de la aplicación de la propuesta dio como resultado 33.55% un valor menor que el nivel de servicio después de aplicar el tratamiento resulto en un valor de 93.38%, ya que al ejecutar estas mejoras en el almacén da como resultado un mejor nivel de servicios y lo mejor de todo esta investigación es que ayudamos a la empresa a crecer y conseguir nuevos clientes contentos,

Por otro lado, los objetivos específicos de nuestra investigación:

Determinar como la aplicación de gestión de almacenes aumentara los pedidos entregados a tiempo del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017, Los beneficios no solo se aplican en empresas de compra y venta, también aquellas que brindan servicios como lo demuestra Villegas Elvira (2015, p.181) en su tesis "Modelo de mejora de la Gestión de almacenes para elevar la calidad de servicio. Caso: empresa minera del sur del país, los resultados coincidieron con una aplicación de gestión de inventario que ayudó a reducir los incidentes de nivel de servicio, ya que introdujo un modelo de mejora basado en políticas, así como capacitación que condujo a una optimización del 65,44 % de la gestión de inventario y observó un aumento del 137 % en el nivel de servicio percibido. que identificaron problemas en el almacén tanto en la recepción como en el envío, se ofreció diversas estrategias que junto con la capacitación dieron la oportunidad de optimizar la gestión del almacén, 65,44% en los primeros 18 meses.

Determinar como la aplicación de gestión de almacenes aumentara los pedidos entregados completos del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017. Según Tejada Daniela (2015, p. 130) en su tesis propuesta de mejora para incrementar el nivel de servicio de los almacenes de una empresa de la Industria metalmeccánica de la ciudad Arequipa, este resultado es consistente con

los resultados presentados en este estudio, ya que el proceso de recepción, almacenamiento y envío de materiales haría que estos procesos fueran más eficientes, aumentando en un 7,7% con respecto al nivel de servicio actual; por ejemplo, nuestra recepción aumentó en un 74,14%, oficina aumentó en un 49,29%, lo que concluyó que las aplicaciones de gestión de inventario ayudan a reducir las incidencias en el nivel de servicio.

Determinar como la aplicación de gestión de almacenes aumentara la calidad de pedidos entregados del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017. Por otra parte, Para la autora Martin, María y Diaz, Eloísa (2016, p. 193), nos menciona en su libro que el nivel de servicio es la capacidad de poder mostrar al cliente una variedad de productos que puede demandar en el momento de la compra, es decir, la relación que tiene entre los productos disponibles en el almacén o en exposición, y nos hemos basado para nuestro marco teórico, afirma que una buena Gestión de almacenes ayudaría a reducir significativamente el nivel de servicio.

Asimismo, en nuestras hipótesis podemos observar:

La aplicación de gestión de almacenes influye significativamente los niveles de servicio del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017, viendo los cuadros N°13, 14 y 15 podemos ver resultados con números muy positivos que después de la aplicación de almacenes los niveles de servicio incrementaron tanto en el proceso de almacén como entrega de mercadería a los clientes

La aplicación de gestión de almacenes influye en los pedidos entregados a tiempo del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017, como podemos visualizar en el cuadro N° 13 Se puede destacar que los datos de confiabilidad del inventario obtenidos luego de la aplicación de las mejoras aumentaron en un promedio de 64.80% con respecto a los datos recolectados inicialmente, es decir que los pedidos al ser entregados puntualmente a los clientes mejoran totalmente nuestro nivel de servicio ya que los clientes con los cuales contamos son empresario que están siempre con el

tiempo ajustado, al nosotros entregar el producto a tiempo damos como resultado mas tiempo ay que nuestros clientes puedan realizar otras actividades.

La aplicación de gestión de almacenes influye en los pedidos entregados completos del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017, como podemos visualizar en el cuadro N° 14 Se puede destacar que los datos obtenidos de la confiabilidad del inventario luego de aplicar las mejoras aumentaron en un promedio de 61.30% con respecto a los datos recolectados inicialmente. Ya que al no tener una buena de inventarios perjudica el stock actual, y al realizar una buena toma con el inventario ABC que es mas rápido se puede lograr estos resultados.

La aplicación de gestión de almacenes influye en la calidad de pedidos entregados del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017, como podemos visualizar en el cuadro N° 15 Se puede destacar que los datos de confiabilidad del inventario obtenidos luego de aplicar las mejoras aumentaron en un promedio de 54.37% en comparación con los datos recolectados inicialmente.

Junto con los resultados y la situación de mejora podemos verificar que la aplicación hace mas que un bien a la empresa tanto en como proyectarse para incrementar más sus ventas como realizar sus compras, la gestión de almacenes abarca todo lo que es mercadería interna y el nivel de servicio, ya que al juntarse da buenos resultados a la empresa, así mismo capacitar bien a los colaboradores de la empresa es la base para que esta implementación siga funcionando si ponemos orden y disciplina en este trayecto de la investigación, la empresa podrá empoderarse mas tanto como en nuevos proveedores.

Al tener buenos resultados no solo la empresa se beneficia sino que nuestros proveedores y nuestros clientes ya que así podemos mover todos la mercadería que tenemos como también tener nuevos ingresos a la tienda de diferentes proveedores ya que hay mas de 20 curtiembres nacionales en lima y también en provincias cual la calidad de cuero es A1.

VI. CONCLUSIONES

Gracias a el programa SPSS21 se pudo llegar a estas conclusiones:

Del primer resultado se concluye que una buena gestión de almacenes aumenta significativamente en el nivel de servicio, conforme se puede evidenciar en la tabla, N°13 de la página 44, en donde se obtuvo un crecimiento porcentual de las entregas a tiempo fue de un 64.8%.

Del segundo resultado se concluye que una buena gestión de almacenes aumenta significativamente en el nivel de servicio, conforme se puede evidenciar en la tabla, N°13 de la página 44, en donde se obtuvo un crecimiento porcentual de las entregas completa fue de un 61.3%.

Del tercer resultado se concluye que una buena gestión de almacenes aumenta significativamente en el nivel de servicio, conforme se puede evidenciar en la tabla, N°13 de la página 44, en donde se obtuvo un crecimiento porcentual de las entregas perfectas fue de un 61.3%.

VII RECOMENDACIONES

Las aplicaciones de gestión de almacenes están destinadas a proporcionar beneficios de nivel de servicio o de nivel financiero. Por ejemplo, para reducir los costos en los que se puede incurrir debido a la recepción incorrecta o el seguimiento de los productos.

Le recomendamos tomar en cuenta las recomendaciones presentadas en este documento y realizar cada mejora para mejorar el nivel de servicio a los clientes internos de su empresa. Después de implementar las recomendaciones, se deben mantener controles rigurosos para descubrir las causas principales de los niveles de servicio deficientes.

Como cada vez más la formación se hace dentro de las empresas, es necesaria no sólo para directivos y empleados, sino que también la formación promovida por las empresas formadoras, y fuera de las empresas, tiene un mayor impacto en los empleados. Finalmente, lo alentamos a que también investigue los problemas informados con su proceso de logística y tome medidas para minimizar los problemas y mejorar aún más los niveles de servicio.

REFERENCIAS

- LARA, Claudia y LUNG, Alesandra, 2018. Trabajo de mejora del almacén en una empresa comercializadora de equipos industriales: APTEIN S.A.C. Tesis (Título de Ingeniero Industrial). Universidad de Lima. Disponible en: https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/11658/Lara_Tiravanti_Claudia_Ver%C3%B3nica.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- PAREDES, Daniel y VARGAS, Rommel, 2018. Propuesta de Mejora del Proceso de Almacenamiento y Distribución de Producto Terminado en una Empresa Cementera del Sur del País. Tesis (Título de Ingeniero Industrial). Universidad Católica San Pablo. Disponible en: http://repositorio.ucsp.edu.pe/bitstream/UCSP/15643/1/PAREDES_FERN%C3%81NDEZ_DAN_PRO.pdf
- DONAYRE, Rafael, 2017. gestión de almacén en una empresa constructora en el distrito de San Isidro-Lima 2017. Tesis (Maestro en gerencia de operaciones y logística). Universidad cesar vallejo. Disponible en: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/8593/Donayre_FR.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- CRUZ, Nélica, 2018. Plan de gestión de almacenes para mejorar el nivel de servicio del cliente interno del gobierno regional Cajamarca. Tesis (Título de Ingeniero Industrial). Universidad cesar vallejo. Disponible en: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/27655/Cruz_MN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- VELARDE, Camila y MEDINA, Daniel, 2016. Calidad de servicio y la relación con la satisfacción de los clientes del centro de aplicación Productos Unión, del distrito de Lurigancho, durante el año 2016. Tesis (Título de Licenciado en Administración de Empresas). Universidad Peruana Unión. Disponible en:

<https://1library.co/document/yd7n0lgy-calidad-servicio-relacion-satisfaccion-clientes-aplicacion-productos-lurigancho.html>

MEJIAS, Agustín, GODOY, Elvis y PIÑA, Rosana, 2018. Impacto de la calidad de los servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa de mantenimiento. Tesis (Título de Ingeniero Industrial). Universidad de Carabobo. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/journal/880/88055200020/html/>

GUADARRAMA, Enrique y ROSALES, Elsa, 2015. Marketing relacional: valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica. Ciencia y Sociedad [en línea]. [fecha de Consulta 18 de setiembre del 2017]. ISSN: 0378-7680. Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87041161004>

PEÑA, Omaira y SILVA, Rafael, 2015. Factores incidentes sobre la gestión de sistemas de inventario en organizaciones venezolanas. Venezuela: Telos, 18 (2): 187-207
ISSN: 1317-0570.

TORRES, Ortiz, 2018, realizo su investigación sobre propuesta de mejora del sistema de almacenamiento y distribución interna (lay-out) de las bodegas de una empresa dedicada a la venta al por mayor de productos plásticos. Tesis (Título de Ingeniero Industrial). Universidad Politécnica Salesiana Ecuador. Disponible en:

<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/15974/1/UPS-GT002240.pdf>

MARTÍNEZ Didriana, (2015) en su investigación de propuestas de mejoras al sistema de gestión de almacén de materias primas. (caso: empresa manufacturas de papel manpa s.a.c.a, división conversión bolsas y sacos).

Tesis (Magíster en Ingeniería Industrial). Universidad de Carabobo.
Disponible en:
<http://riuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/123456789/2427/1/dmartinez.pdf>

FLAMARIQUE, Sergi, 2018. Manual de gestión de almacenes. 1ª edición.
Barcelona: Marge Books.
ISBN: 978-84-17313-83

ESCUADERO, José, 2015. Técnicas de almacén- 1ª edición. España: Ediciones
Paraninfo, SA.
ISBN: 978-84-9732-257-7

En que consiste la gestión de almacenes [Mensaje en un blog]. Solistica, (13 de
marzo de 2016). [Fecha de consulta: 23 de setiembre del 2017].
Recuperado de: <http://blog.solistica.com/en-que-consiste-la-gestion-de-almacenes>

HERNANDEZ, Luis, 2017, Técnicas operativas en almacén, 1º edición, España:
Marge Books.
ISBN: 978-84-16171-32-3-F

MORILLO, Amelia, 2015. Diseño y organización del almacén UF0926. 1º Edición,
Madrid: Ediciones Paraninfo, S.A.
ISBN: 978-84-283-9740-7

GANIVET, Juan, 2015. Diseño y organización del almacén UF0926.1º edición,
España: Editorial Elearning
ISBN: 978-84-1619-931-0

HERNANDEZ, Angélico, 2015. Diseño y organización del almacén. Planificación, producción y calidad en sistemas de almacenamiento. 1° edición. España: Ideas propias Editorial.
ISBN:978-84-9839-566-8

JENKINS, Abby, ¿What is warehouse management? Benefits, Processes and Strategies. Magazine Oracle netsuite [en línea]. March 2017. [fecha de consulta: 18 de setiembre del 2017]. Disponible en: <https://www.netsuite.com/portal/resource/articles/erp/warehouse-management.shtml>

SALAZAR, Bryan, ¿Qué es la Gestión de Almacenes?, Revista ingeniería industrial [en línea]. Julio 2016. [fecha de consulta: 10 de setiembre del 2017]. Disponible en: <https://www.ingenieriaindustrialonline.com/gestion-de-almacenes/que-es-la-gestion-de-almacenes/>

GROSS, George, 2017. Where to look for improvements in warehousing 2017. Strategies. Magazine Proquest [en línea]. S.f. [fecha de consulta: 09 de setiembre del 2017]. Disponible en: <https://www.proquest.com/docview/213317711?accountid=37408&forcedol=true>

TEJADA Daniela, 2015. Propuesta de mejora para incrementar el nivel de servicio de los almacenes de una empresa de la Industria metalmeccánica de la ciudad de Arequipa. Tesis (Título de Ingeniero Industrial). Universidad Católica de Santa María, Perú. Disponible en: https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCSM_a7df67eb3a67b89afeb3bed4cf9972cf

VALDIVIA, Juan, 2015. MF1790_3: Comercialización de productos y servicios en pequeños negocios o microempresas. Publicado el 2015. Recuperada el 12 de setiembre del 2017:

https://books.google.com.pe/books?id=J08pEAAAQBAJ&pg=PT2&dq=MF1790_3:+Comercializaci%C3%B3n+de+productos+y+servicios+en+peque%C3%B1os+negocios+o+microempresas.de+valvidia&hl=es-

VELARDE, Camila, Medina, Daniel, De la cruz, Alexander y Apaza, Edison, 2016. Calidad de servicio y la relación con la satisfacción de los clientes del centro de aplicación Productos Unión, del distrito de Lurigancho, durante el año 2016. Tesis (Título de Ingeniero Industrial). Universidad Peruana Unión: Lima. Disponible en: https://revistas.upeu.edu.pe/index.php/ri_va/article/view/1272

VILLEGAS, Elvira, 2015. Modelo de mejora de la gestión de almacenes para elevar la calidad de servicio. Caso: empresa minera del sur del país. Tesis (Título de Ingeniero Industrial). Universidad Católica de Santa María, Perú.

FERNÁNDEZ, Antonia, 2017. UF0476: Gestión de inventarios. 1º edición. España: IC EDITORIAL.

ISBN: 978-84-9198-190-9

Martin, María y Diaz, Eloísa, 2016, Fundamentos de dirección de operaciones en empresas de servicios, 2º edición. España: Editorial Esic

ISBN: 978-84-16462-58-2

VALLS, Wilfredo, Román, Víctor, Chica, Clotilde y Salgado, 2017, La calidad del servicio. Vía segura para alcanzar la competitividad. 1º edición. Ecuador: Editorial mar abierto.

ISBN: 978-9942-959-81-2

Martínez, Rigoberto, 2016, Servicio al cliente interno, todos somos clientes y todos tenemos clientes, 1º edición. Colombia: Ediciones de la U.

ISBN: 978-958-762-537-0

LOPEZ, María, 2015. la importancia del control interno, en los inventarios de las micro empresas. Revista Instituto Tecnológico de Sonora [en línea]. Publicado en febrero del 2015. Recuperada el 25 de setiembre del 2017: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>

Hammond, Melissa, 2017, Satisfacción del cliente: que es, sus elementos y como medirla. Revista Hubspot [en línea]. Publicada el 15 de febrero del 2017. Recuperada el 15 de setiembre del 2017: <https://blog.hubspot.es/service/satisfaccion-del-cliente>

Vargas, Martha y Aldana, Luzángela, 2014. Calidad y servicio conceptos y herramientas. 3° edición. Colombia: Ecoe ediciones.
ISBN: 978-958-771-084-7

VALDERRAMA, Santiago, 2016. Etapas de desarrollo en trabajos de investigación científica. 2ª. Ed. Lima: Editorial San Marcos.
ISBN: 9786123028787

ARIAS, Fidias, 2016. El proyecto de investigación, Introducción a la metodología científica. 7° edición. Venezuela: Editorial Episteme.
ISBN: 980-07-8529-9

GUPTA, Kriti, 2018, 13 most important warehouse processes. Logistic brew [en línea], Publicado en marzo del 2015. Recuperada el 21 de setiembre del 2017: <https://stockarea.io/blogs/13-key-warehousing-process/>

PIASECKI, Dave, 2016, the basics of warehouse operations. inventorops [en línea].
Publicado en julio del 2015. Recuperada el 21 de setiembre del 2017: <https://www.inventoryops.com/articles/basics-of-warehouse-operations.html>

VAZQUEZ, Luceño, 2015, Métodos estadísticos para medir, describir, y controlar la variabilidad. 1° edición. España: Editorial de la universidad de Cantabria. ISBN: 978-84-8102-750-1

ÑAUPAS, Humberto y otros. 2018. Metodología de la investigación cualitativa y redacción de la tesis. 5ta Edición. Bogotá: Ediciones de la U, 560 pp. Disponible en: <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2020/01/Metodologia-de-lainv-cuanti-y-cuali-Humberto-Naupas-Paitan.pdf>. ISBN 9789587628760 eISBN 9789587628777

ANEXOS

ANEXO N°1: Validación de Instrumentos
Juicio de experto N°1



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

Aplicación de gestión de almacenes para aumentar los niveles de servicio del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada E.I.R.L. 2017

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<i>VARIABLE INDEPENDIENTE: Gestión de Almacenes</i>							
1	DIMENSIÓN 1: Recepción Pedidos perfectamente recibidos = (Pedidos entrados completos / Total de pedidos recibidas) x 100%	/		/		/		
2	DIMENSIÓN 2: Almacenamiento Confiabilidad de inventarios = (1-(N° de paquetes con diferencias / Total de paquetes)) x 100%	/		/		/		
3	DIMENSIÓN 3: Picking Nivel de unidades preparadas = (N.º ítem preparados / Tiempo trabajado) x 100%	/		/		/		
4	DIMENSIÓN 4: Despacho Nivel de cumplimiento de despacho = (N° de despachados cumplidos / Total de despachados requeridos) x 100%	/		/		/		
	<i>VARIABLE DEPENDIENTE: Nivel de Servicio</i>							
1	DIMENSIÓN 1: Pedidos entregados a tiempo Entregas a tiempo = (Pedidos entregados a tiempo / Total de pedidos entregados) x 100%	/		/		/		
2	DIMENSIÓN 2: Pedidos entregados completos Entregas completas = (Pedidos entregados completos / Total de pedidos entregados) x 100%	/		/		/		
3	DIMENSIÓN 3: Calidad de pedidos entregados Entregas perfectas = (Pedidos entregados perfectos / Total de pedidos entregados) x 100%	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable / Aplicable después de corregir / No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg: CONDE ROSAS Roberto DNI: 09447944
Especialidad del validador: MAESTRO DIRECTOR DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA

Lima, 2 de Julio del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son

Firma del Experto Informante.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

Aplicación de gestión de almacenes para aumentar los niveles de servicio del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada E.I.R.L. 2017

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	VARIABLE INDEPENDIENTE: Gestión de Almacenes							
1	DIMENSIÓN 1: Recepción Pedidos perfectamente recibidos = (Pedidos entrados completos / Total de pedidos recibidos) x 100%	/		/		/		
2	DIMENSIÓN 2: Almacenamiento Confiabilidad de inventarios = (1 - (N° de paquetes con diferencias / Total de paquetes)) x 100%	/		/		/		
3	DIMENSIÓN 3: Picking Nivel de unidades preparadas = (N.º item preparados / Tiempo trabajado) x 100%	/		/		/		
4	DIMENSIÓN 4: Despacho Nivel de cumplimiento de despacho = (N° de despachados cumplidos / Total de despachados requeridos) x 100%	/		/		/		
	VARIABLE DEPENDIENTE: Nivel de Servicio							
1	DIMENSION 1: Pedidos entregados a tiempo Entregas a tiempo = (Pedidos entregados a tiempo / Total de pedidos entregados) x 100%	/		/		/		
2	DIMENSION 2: Pedidos entregados completos Entregas completas = (Pedidos entregados completos / Total de pedidos entregados) x 100%	/		/		/		
3	DIMENSION 3: Calidad de pedidos entregados Entregas perfectas = (Pedidos entregados perfectos / Total de pedidos entregados) x 100%	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable / Aplicable después de corregir / No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg: MESA VELÁSQUEZ MARCO ANTONIO DNI: 06252711

Especialidad del validador: M.B.A. ADMINISTRACION / ENG. ELECTRONICO

Lima 4 de 07 del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Firma del Experto informante.

Juicio experto N°3



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE:

Aplicación de gestión de almacenes para aumentar los niveles de servicio del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada E.I.R.L. 2017

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	<i>VARIABLE INDEPENDIENTE: Gestión de Almacenes</i>							
1	DIMENSIÓN 1: Recepción Pedidos perfectamente recibidos = (Pedidos entrados completos / Total de pedidos recibidas) x 100%	/		/		/		
2	DIMENSIÓN 2: Almacenamiento Confiabilidad de inventarios = (1-(N° de paquetes con diferencias / Total de paquetes)) x 100%	/		/		/		
3	DIMENSIÓN 3: Picking Nivel de unidades preparadas = (N.º ítem preparados / Tiempo trabajado) x 100%	/		/		/		
4	DIMENSIÓN 4: Despacho Nivel de cumplimiento de despacho = (N° de despachados cumplidos / Total de despachados requeridos) x 100%	/		/		/		
	<i>VARIABLE DEPENDIENTE: Nivel de Servicio</i>							
1	DIMENSION 1: Pedidos entregados a tiempo Entregas a tiempo = (Pedidos entregados a tiempo / Total de pedidos entregados) x 100%	/		/		/		
2	DIMENSION 2: Pedidos entregados completos Entregas completas = (Pedidos entregados completos / Total de pedidos entregados) x 100%	/		/		/		
3	DIMENSION 3: Calidad de pedidos entregados Entregas perfectas = (Pedidos entregados perfectos / Total de pedidos entregados) x 100%	/		/		/		

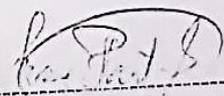
Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr. / Mg: Panta Salazar Javier Francisco DNI: 02026281

Especialidad del validador: Mag. Industrial Lima, 02 de Julio del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo



 Firma del Experto Informante.

ANEXO N°2: Documento de aceptación de la empres



**AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN
LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES**

Datos Generales

Nombre de la Organización:	RUC: 20544151763
Negociaciones Encalada E.I.R.L.	
Nombre del Titular o Representante legal: Luz María Encalada Ramos	
Nombres y Apellidos Luz María Encalada Ramos	DNI: 29423140

Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal "f" del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo (*), autorizo [X], no autorizo [] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación	
Aplicación de gestión de almacenes para aumentar los niveles de servicio del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada E.I.R.L. 2017	
Nombre del Programa Académico: Taller de elaboración de tesis	
Autor: Nombres y Apellidos Abigail Alejandra Ramon Huaman	DNI: 76240921

En caso de autorizarse, soy consciente que la investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

Lugar y Fecha: Lima, 15 de abril del 2018

Firma: _____

NEGOCIACIONES ENCALADA E.I.R.L.
RUC: 20544151763
Luz María Encalada Ramos
Luz María Encalada Ramos
GERENTE

(Titular o Representante legal de la Institución)

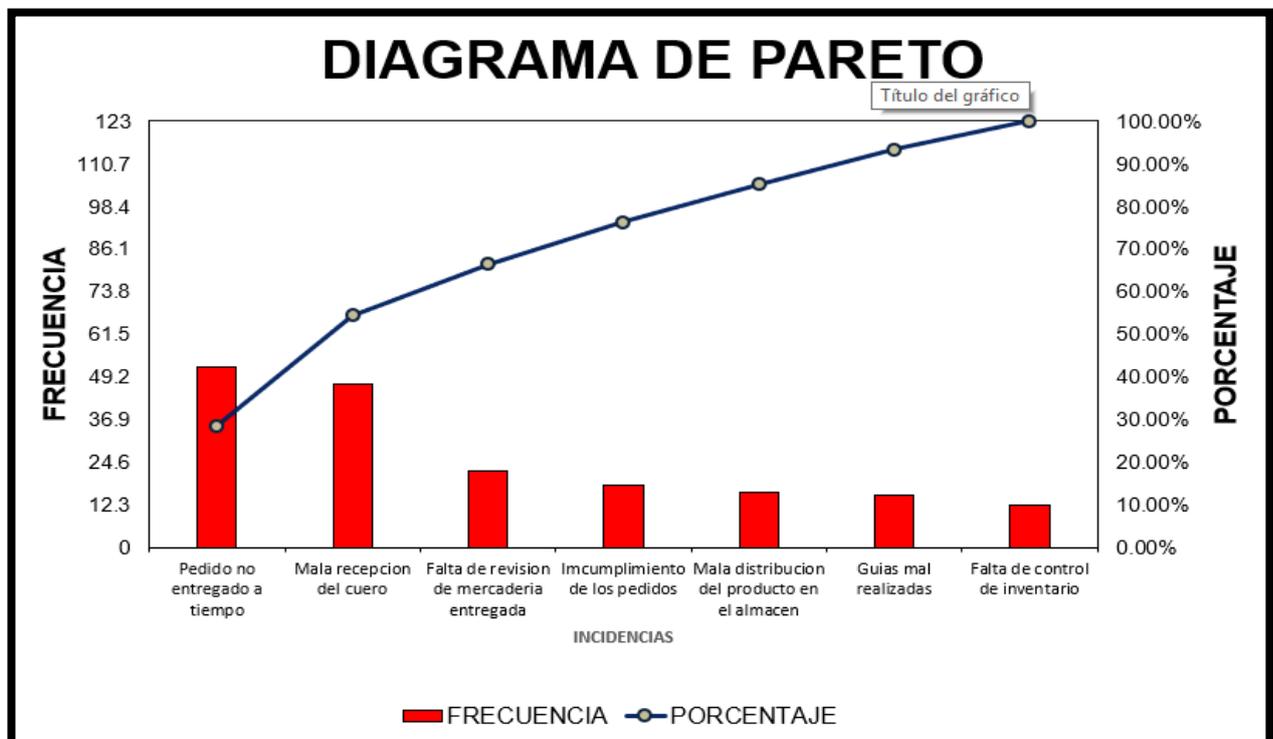
(*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal " f " Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la institución. Por ello, tanto en los proyectos de investigación como en los informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

TABLA N° 1: DIAGRAMA DE PARETO

TABLA DE INCIDENCIAS		
INCIDENCIAS	FRECUENCIA	% ACUMULADO
Pedido no entregado a tiempo	52	28.57%
Mala recepción del cuero	47	54.40%
Falta de revisión de mercadería entregada	22	66.48%
Incumplimiento de los pedidos	18	76.37%
Mala distribución del producto en el almacén	16	85.16%
Guías mal realizadas	15	93.41%
Falta de control de inventario	12	100.00%
TOTAL	159	

Fuente: Elaboracion propia

GRAFICO N°1: DIAGRAMA DE PARETO



Fuente: Elaboracion propia.

Tabla N°2: SALIDA DE ALMACÉN

SALIDA DEL ALMACÉN									
ENTREGADO A:					FECHA:				
CONCEPTO DE SALIDA:									
CANTIDAD	UNIDAD	DESCRIPCIÓN DEL ARTÍCULO	COSTO POR UNIDAD		IMPORTE				
					TOTAL				

CONTROL	AUTORIZADO POR:	ENTREGADO POR:	RECIBIDO POR:
	CÁRGUESE:		REGISTRADO POR:

Fuente: Escudero, José, (2015)

Tabla N°4: TARJETA DE DATOS

TARJETA DE DATOS			
ARTICULO		NUMERO	FECHA
CLASE	UNIDAD	CARACTERÍSTICAS FÍSICAS	
TAMAÑO UNITARIO	CANTIDAD ENVASADA	TAMAÑO DEL ENVASO	FORMA DE ENVASE
PESO UNITARIO	PESO ENVASADO	TARA DE ENVASE	TAMAÑO DE LA TARIMA
LOCALIZACIÓN ACTUAL		LOCALIZACIÓN PROPUESTA	
CANTIDAD MÁXIMA	CANTIDAD MÍNIMA	CANTIDAD PROMEDIO	
OBSERVACIONES			

Fuente: Escudero, José, (2015)

TABLA N°5: CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS Y SUS IMPLICACIONES

Intangibilidad	<p>Los servicios no pueden almacenarse. Los servicios no se pueden patentar. Es más difícil fijar precios a los servicios que a los bienes. Es más difícil comunicarse servicios que bienes.</p>
Heterogeneidad	<p>La producción del servicio depende de cómo interactúan el comprador y del proveedor. La calidad puede verse afectada por factores no controlables por el proveedor del servicio o por imprevistos. Puede que el servicio prestado no se ajuste a lo planificado o comunicado. El riesgo percibido por los consumidores suele ser más alto que con los bienes.</p>
Inseparabilidad	<p>Los clientes participan en la producción del servicio. Los servicios generalmente se producen y consumen simultáneamente. La descentralización de funciones de los trabajadores de empresas de servicios es muy importante. La producción masiva puede ser difícil.</p>
Carácter perecedero	<p>Puede ser difícil sincronizar la oferta con la demanda. Los servicios no se pueden devolver. Los servicios generalmente no se pueden revender.</p>

Fuente: Valls, Wilfredo, Román, Víctor, Chica, Clotilde y Salgado, Geidy, (2017)

TABLA N°6: CLASIFICACIÓN DE SERVICIO.

CLASIFICACION DE SERVICIO
<p>1. Por su naturaleza: esta clasificaciones descriptiva e incompleta, mezcla los servicios puros como la asesoría, no permite llegar a conocer el grado de tangibilidad o heterogeneidad de los servicios ya que es muy confusa, por ejemplo: un tratamiento médico es un bien intangible mientras un almuerzo en un restaurante un bien tangible</p>
<p>2. Por el sector de actividad: se utilizan criterios de destino de los productos y el carácter de la prestación que son:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Servicios de distribución: que pone en contacto a los productores con los consumidores. ○ Servicio de producción: suministran a las empresas o a los consumidores ○ Servicios sociales: se presta el servicio a las personas de forma colectiva ○ Servicios personales: se brinda a las personas físicas como reparación, asesoramiento, servicio doméstico, etc.
<p>3. Por su función: se pueden clasificar atendiendo diversas funciones como:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Servicio de gestión: ej. como un auditoria ○ Servicio de producción: ej. como reparaciones, mantenimiento, etc. ○ Servicio de información o comunicación: ej. como procesos de datos o redes informáticas ○ Servicio de ventas: ej. como investigaciones de mercados, desarrollo de campañas de comunicación, etc.
<p>4. Por el comportamiento del consumidor: tiene que ver con el comportamiento del consumidor con relación a los productos y para poder distinguir esta clasificación se centra en la fase que realiza el consumidor en el proceso de su compra, de esta perspectiva cabe distinguir:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Servicio de conveniencia: el cliente va con una idea fija de los que comprara- ○ Servicio de compra: es un comportamiento más exigente ya que el cliente antes de hacer su compra estudia el producto que desea comprar y se guía de las recomendaciones de conocidos del cliente, dicha experiencia que va a recolectar el cliente jugara una función muy importante en su compra- ○ Servicio de especialidad: el comprador mostrará mayor exigencia en su compra ya que la decisión que tome será importante para él. ○ Servicios especiales: exigen mayor esfuerzo en su compra, por el cual se dirigirán donde haga más fácil recibirlos. ○ Servicios no buscados: es una compra no deseada que sucede cuando el consumidor no encuentra el producto requerido y no tiene más remedio que comprar algo parecido a este.

Fuente: Valls, Wilfredo, Román, Víctor, Chica, Clotilde y Salgado, Geidy, (2017)

TABLA N°7: STOCK DEL DIA

STOCK DEL DIA				
RODUCTO		PIES	MANTAS	CANT EN PAQ
NOBUCK	NEGRO	1019.00	47	9.4
NOBUCK	MARRON	1148.00	51.00	10.2
NOBUCK	AZUL CLARO	318.5	15	3
NOBUCK	AZULINO	0.00	0.00	0
NOBUCK	CHOCOLATE	1041.00	47.00	9.4
NOBUCK	JAMAICA	1605.00	73.00	14.6
NOBUCK	AMARILLO	1160.50	55.00	11
NOBUCK	LUCUMA	1440.25	67.00	13.4
NOBUCK	OLIVO	0.00	0.00	0
NOBUCK	ARENA	340.50	15.00	3
NOBUCK	NUTRIA	254.00	11.00	2.2
NOBUCK	OLIVO BOY	720.50	32.00	6.4
NOBUCK	MARRON	1148.00	51.00	10.2
NOBUCK	VIZ 1	0.00	0.00	0
NOBUCK	VIZ 2	0.00	0.00	0
NOBUCK	ROSADO	411.00	19.00	3.8
NOBUCK	CANDY	0.00	0.00	0
NOBUCK	GUINDA	1407.25	61.00	12.2
NOBUCK	MORADO	693.00	33.00	6.6
NOBUCK	TURQUEZA	411.00	19.00	3.8
NOBUCK	ROJO	301.75	15.00	3
NOBUCK	AZUL	1354.75	65.00	13



	A	B	C	D	E	F	G
1	STOCK DEL DIA						
2	RODUCTO		PIES	MANTAS	CANT EN PAQ		
3	RODUCTO		PIES	MANTAS	CANT EN PAQ		
4	NOBUCK	NEGRO	='[AUSTRIAL 01 INVENTARIO parte 2.xlsx]NOBUCK NEGRO'!!1500				
5	NOBUCK	MARRON	1148.00	51.00	10.2		
6	NOBUCK	AZUL CLARO	318.5	15	3		
7	NOBUCK	AZULINO	0.00	0.00	0		
8	NOBUCK	CHOCOLATE	1041.00	47.00	9.4		

Fuente: Elaboracion propia

TABLA N°8: VENTAS ACUMULADAS

FECHA	COD DE GUIA	CLIENTE	PRODUCTO	COD	PESAJ E	PRECIO	TOTAL	FORMA DE PAGO	OBSERVACIONES
2/01/2018	001 000030	CLOTILDE PIMENTEL	GUANTE ROJO	07	15.1	S/11.00	S/166.10	EFFECTIVO	
2/01/2018	001 000030	CLOTILDE PIMENTEL	GUANTE NEGRO	01	20	S/10.80	S/216.00	EFFECTIVO	FACTURA
2/01/2018	001 000032	ROSA SIMON	CRUST NEGRO	01	94.25	S/10.80	S/1,017.90	DEBE	
2/01/2018	002 000027	MARTHA TALENTOS	BOX NEGRO 1.8	01	913.75	S/8.20	S/7,492.75	OP	
2/01/2018	002 000028	JUAN PAUCAR	CERATO HABANO	01	99	S/10.80	S/1,069.20	DEBE	
2/01/2018	002 000028	JUAN PAUCAR	CERATO OLIVO BOY	01	27	S/10.80	S/291.60	DEBE	
2/01/2018	002 000028	JUAN PAUCAR	CERATO COBRE	01	22.25	S/10.80	S/240.30	DEBE	
2/01/2018	002 000028	JUAN PAUCAR	CERATO MARRON	01	21.5	S/10.80	S/232.20	DEBE	
2/01/2018	002 000029	PEPE SOTO	GUANTE ROJO	07	16.7	S/11.00	S/183.70	EFFECTIVO	
2/01/2018	002 000029	PEPE SOTO	GUANTE NEGRO 1.6	01	19.75	S/10.80	S/213.30	EFFECTIVO	
2/01/2018	002 000029	PEPE SOTO	GUANTE BLANCO	01	19.75	S/10.80	S/213.30	EFFECTIVO	
2/01/2018	002 000030	RUBEN MORALES	ESPIGA CAMELL	08	142	S/9.50	S/1,349.00	DEBE	
2/01/2018	002 000030	RUBEN MORALES	ESPIGA AZUL	08	141.25	S/9.50	S/1,341.88	DEBE	
2/01/2018	002 000030	RUBEN MORALES	ESPIGA NEGRO	08	90.5	S/9.50	S/859.75	DEBE	
2/01/2018	002 000031	PABLO GARAMILLO	PULL UP TOSTADO	01	43.25	S/11.00	S/475.75	OP	FACTURA
2/01/2018	002 000031	PABLO GARAMILLO	NOBUCK AZUL CLARO	01	42.5	S/11.00	S/467.50	OP	FACTURA
2/01/2018	002 000031	PABLO GARAMILLO	NOBUCK MARRON	01	19.25	S/11.00	S/211.75	OP	FACTURA
2/01/2018	002 000031	PABLO GARAMILLO	NOBUCK OLIVO BOY	01	19	S/11.00	S/209.00	OP	FACTURA
2/01/2018	002 000031	PABLO GARAMILLO	NOBUCK CHOCOLATE	01	18.25	S/11.00	S/200.75	OP	FACTURA
2/01/2018	002 000031	PABLO GARAMILLO	NOBUCK NUTRIA	01	17.25	S/11.00	S/189.75	OP	FACTURA
2/01/2018	002 000031	PABLO GARAMILLO	NOBUCK GUINDA	01	18.75	S/10.80	S/202.50	DEBE	
2/01/2018	002 000031	PABLO GARAMILLO	NOBUCK AMARILLO	01	18	S/10.80	S/194.40	DEBE	
3/01/2018	002 000033	VIDAL	GRASO NEGRO	04	19.75	S/9.40	S/185.65	EFFECTIVO	
3/01/2018	001 000034	CARLOS MARCO	GUMY JAMAICA	01	64.5	S/9.00	S/580.50	EFFECTIVO	
3/01/2018	001 000034	CARLOS MARCO	GUMY NUTRIA	01	95.5	S/9.00	S/859.50	EFFECTIVO	

Fuente: Elaboracion propia

TABLA N°9: CLASIFICACION DE CASILLEROS DEL ALAMCEN

CASILLERO 04					
NOBUCK COD 01	PAQ.	ALM.	GUMY COD 01	PAQ.	ALM.
NEGRO	+	001	NEGRO/ROJO	P.U.	001
AZUL CLARO	+	001	ARENA /TURQUEZA	+	001
AZULINO	-	001	AZUL	+	001
CHOCOLATE	+	001	NEGRO	+	001
JAMAICA	+	001	CHOCOLATE	+	001
AMARILLO	+	001	JAMAICA	+	001
LUCUMA	+	001	GUINDA	+	001
OLIVO	-	001	AZUL CLARO	+	001
ARENA	P.U.	001	VIZCACHA	+	001
NUTRIA	-	001	COBRE	+	001
OLIVO BOY	+	001	PLOMO	+	001
MARRON	+	001	OLIVO	+	001
VIZ 1	P.U.	001	HUESO	+	001
VIZ 2	+	001	ROJO	+	001
ROSADO	+	001	NUTRIA	+	001
CANDY	P.U.	001	ARENA	+	001
GUINDA	+	001	AZUL/AMARILLO	P.U.	001
MORADO	+	001	GUMY PICADO COD 01		001
TURQUEZA	+	001	NEGRO	+	001
ROJO	+	001	CHOCOLATE	+	001
AZUL	+	001	JAMAICA	+	001
COCOA HABANO	-	001	OLIVO	+	001
FUCSIA	P.U.	001	ARENA	+	001
CENIZO	-	001	AZUL	+	001
AZUL P.V.	-	001	ROJO	+	001
NARANJA	+	001	GUINDA	+	001
PLOMO	+	001	VIZCACHA	+	001
VINO	-	001	COBRE	+	001
TALCO COD 06		001	AZUL CLARO	+	001
MARRON CLARO	+	001	NUTRIA	+	001
OLIVO	+	001	HUESO	+	001
AMARILLO	+	001	PLOMO	+	001
MARRON OSCURO	+	001	ALAMO COD 01		001
			MARRON	+	001

Fuente: Elaboracion propia

TABLA N°10: CLASIFICACION DE CASILLEROS DEL ALAMCEN

CASILLERO 03					
CERATO COD 01	PAQ	ALM	CRUST COD 01	PAQ	ALM.
PLOMO	-	001	CANELA	+	001
BEIGE	+	001	NATURAL	+	001
AZUL	+	001	COBRE	-	001
NEGRO	+	001	MARRON	+	001
CANELA	-	001	AFRICANO	+	001
OLIVO	P.U.	001	AZUL	M.U.	001
GUINDA	+	001	NEGRO	-	001
CAMELLO	+	001	CELESTE	-	001
VINO	+	001	TOFFE	+	001
AMARILLO	+	001	CRUST	P.U.	001
OLIVO BOY	+	001	CRUST COD 02		
MARRON	P.U.	001	CRUST ACERO	+	52
ROJO	+	001	CRUST APACHE	-	52
JAMAICA OSCURO	P.U.	001	CRUST AZUL	+	52
COBRE	+	001	CRUST CELESTE	M.U.	52
HABANO	+	001	CRUST COBRE	P.U.	52
JAMAICA CLARO	+	001	CRUST COBRE OSCURO	-	52
CRAZY COD 02		52	CRUST LILA	+	52
NATURAL	+	52	CRUST MARRON	+	52
ORO VIEJO	+	52	CRUST MARRON OSC	+	52
AZUL	-	52	CRUST NEGRO	+	52
ROJO	P.U.	52	CRUST PLOMO	+	52
MARRON	M.U.	-	CRUST ROJO	+	52
JEAN PLATA	M.U.	-	CRUST ROJO OSCURO	+	52
JEAN AZUL	M.U.	-	CRUST TOFFE	+	52
AFRICA COD 01			CRUST VERDE	+	52
CARAMELO	+	001	CRUST VINO	-	52
APACHE	+	001	CRUST PICADO COD 01		
MARRON	+	001	NEGRO	-	001
OLIVO	+	001	MARRON	-	001
HABANO	+	001	AFRICANO	-	001
WAX COD 01		001	OLIVO	P.U.	001
NEGRO		001	NATURAL	P.U.	001
VINO		001	COBRE	M.U.	001
BOX COD 01			CRUST PICADO COD 02		
NEGRO 1.5		001	NEGRO	+	52
NEGRO 1.8		001	MARRON	P.U.	52
VINO 1.6		001	SATINADO COD 01		
CHAROL COD 01		53	SATINADO NEGRO 01	+	53
NEGRO	P.U.	53	SATINADO GUINDA 01	+	53

Fuente: Elaboracion propia

TABLA N.º11: TABLA DE OPERALIZACIÓN DE DIMENSIONES DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

DIMENSION	INDICADOR	FORMULA	TECNICA	INSTRUMENTO
Recepción	Pedidos perfectamente recibidos	$(\text{Pedidos entrados completos} / \text{Total de pedidos recibidas}) \times 100\%$	Observación	Ficha de recolección de datos
Almacenamiento	Confiabilidad de inventarios	$(1 - (\text{N}^\circ \text{ de paquetes con diferencias} / \text{Total de paquetes})) \times 100\%$	Observación	Ficha de recolección de datos
Picking	Nivel de unidades preparadas	$(\text{N}^\circ \text{ ítem preparados} / \text{Tiempo trabajado}) \times 100\%$	Observación	Ficha de recolección de datos
Despacho	Nivel de cumplimiento de despachos	$(\text{N}^\circ \text{ de pedidos despachados a tiempo} / \text{Total de pedidos despachados}) \times 100\%$	Observación	Ficha de recolección de datos

Fuente: Elaboracion propia.

TABLA N.º12: TABLA DE OPERALIZACIÓN DE DIMENCIONES DE LA VARIABLE DEPENDIENTE

DIMENCIONES	INDICADORES	FORMULA	TECNICA	INSTRUMENTOS
Pedidos entregados a tiempo	Entregas a tiempo	$(\text{Pedidos entregados a tiempo} / \text{Total de pedidos entregados}) \times 100\%$	Observación	Ficha de recolección de datos
Pedidos entregados completos	Entregas completas	$(\text{Pedidos entregados completos} / \text{Total de pedidos entregados}) \times 100\%$	Observación	Ficha de recolección de datos
Calidad de pedidos entregados	Entregas perfectas	$(\text{Pedidos entregados perfectos} / \text{total de pedidos entregados}) \times 100\%$	Observación	Ficha de recolección de datos

Fuente: Elaboracion propia.

TABLA N°13: MATRIZ DE CONSISTENCIA: APLICACIÓN DE GESTIÓN DE ALMACENES PARA AUMENTAR LOS NIVELES DE SERVICIO DEL ÁREA DE VENTAS EN LA EMPRESA NEGOCIACIONES ENCALADA EIRL 2017

APLICACIÓN DE GESTIÓN DE ALMACENES PARA AUMENTAR LOS NIVELES DE SERVICIO DEL ÁREA DE VENTAS EN LA EMPRESA NEGOCIACIONES ENCALADA EIRL 2017									
Preguntas de Investigación	Objetivos	Hipótesis	Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de los indicadores	Metodología
General	General	Principal	Gestión de Almacenes	Según Flamarique, Sergi (2019, p. 36) nos permite poder reducir las operaciones de manipulación incorrecta y pérdida de tiempo, se debe almacenar la mercadería y tiene como objetivo facilitar las entregas controlando el stock y conseguir fiabilidad al permitir conocer que mercadería se encuentra en el almacén como en cantidad y ubicación exacta.	La gestión de almacenes se basa en 5 operaciones básicas: Recepción, almacenamiento, Picking, control de inventario y despacho, y busca utilizar el sistema que más se adecue a las necesidades requeridas, y así aprovechar al máximo.	Recepción	Entregas perfectamente recibidas	Observación	El tipo de investigación vendría ser Aplicada ya que tiene por finalidad la resolución de problemas
¿Como la aplicación de gestión de almacenes podrá aumentar los niveles de servicio del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017?	Determinar como la aplicación de gestión de almacenes aumentara los niveles de servicio del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.	La aplicación de gestión de almacenes influye significativamente en el nivel de servicio del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.				Almacenamiento	Confiabilidad de inventarios	Observación	
						Picking	Nivel de unidades preparadas	Observación	
						Despacho	Nivel de cumplimiento de despachos	Observación	
Específicas	Específico	Secundarias	Nivel de Servicio	Para la autora Martin, María y Diaz, Eloísa (2016, p. 193), nos menciona en su libro que el nivel de servicio es la capacidad de poder mostrar al cliente una variedad de productos que puede demandar en el momento de la compra, es decir, la relación que tiene entre los productos disponibles en el almacén o en exposición	El nivel de servicio al cliente está ligado al nivel de cumplimiento de los pedidos y se mide dependiendo del tiempo de entrega, el cumplimiento del pedido en cantidades y la calidad de entrega del pedido.	Pedidos entregados a tiempo	Entregas a tiempo	Observación	El diseño que se realizara la presente investigación diseño es Experimental de tipo cuasi experimental, se realizara esta investigación porque los datos obtenidos son de la realidad actual de la empresa, buscando aumentar el nivel de servicio en el área de ventas
¿Como influye la aplicación de gestión de almacenes podrá aumentar los pedidos entregados a tiempo del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017?	Determinar como la aplicación de gestión de almacenes aumentara los pedidos entregados a tiempo del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.	La aplicación de gestión de almacenes influye en los pedidos entregados a tiempo del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.				Pedidos entregados completos	Entregas completas	Observación	
¿Cómo influye la aplicación de gestión de almacenes podrá aumentar los pedidos entregados completos del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017?	Determinar como la aplicación de gestión de almacenes aumentara los pedidos entregados completos del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.	La aplicación de gestión de almacenes influye en los pedidos entregados completos del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.							
¿Como influye la aplicación de gestión de almacenes podrá aumentar la calidad de pedidos entregados del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017?	Determinar como la aplicación de gestión de almacenes aumentara la calidad de pedidos entregados del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.	La aplicación de gestión de almacenes influye en la calidad de pedidos entregados del área de ventas en la empresa Negociaciones Encalada EIRL 2017.				Calidad de pedidos entregados	Entregas perfectas	Observación	

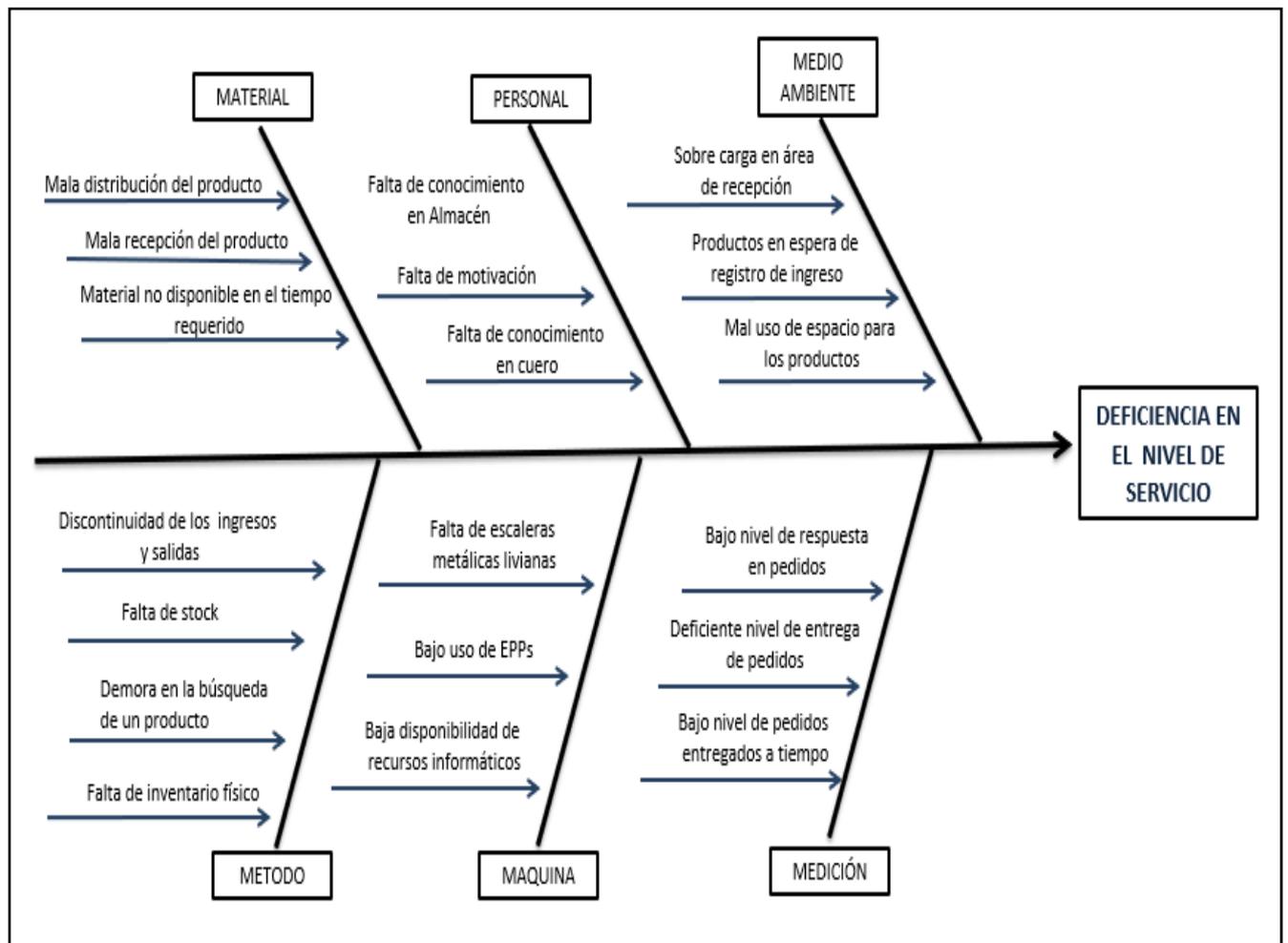
Fuente: Elaboración propia.

TABLA N°14: OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES.

APLICACIÓN DE GESTIÓN DE ALMACENES PARA AUMENTAR LOS NIVELES DE SERVICIO DEL ÁREA DE VENTAS EN LA EMPRESA NEGOCIACIONES ENCALADA EIRL 2017.									
Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de indicadores	Técnica	instrumento	Unidad de medida	Formula
Gestión de Almacenes	Según Flamarique, Sergi (2019, p. 36) la gestión de almacén nos permite controlar los productos como ubicarlos correctamente y así poder reducir las operaciones de manipulación incorrecta y pérdida de tiempo, se trata de cómo y dónde se debe almacenar la mercadería y tiene como objetivo facilitar las entregas controlando el stock y conseguir fiabilidad al permitir conocer que mercadería se encuentra en el almacén como en cantidad y ubicación exacta.	La gestión de almacenes se basa en 5 operaciones básicas: Recepción, almacenamiento, Picking, control de inventario y despacho, y busca utilizar el sistema que más se adecue a las necesidades requeridas, y así aprovechar al máximo.	Recepción	Pedidos perfectamente recibidos	Razón	Observación	Ficha recolección de datos	Porcentual	$(\text{Pedidos entrados completos} / \text{Total de pedidos recibidos}) \times 100\%$
			Almacenamiento	Confiability de inventarios	Razón	Observación	Ficha recolección de datos	Porcentual	$(1 - (\text{N}^\circ \text{ de paquetes con diferencias} / \text{Total de paquetes})) \times 100\%$
			Picking	Nivel de unidades preparadas	Razón	Observación	Ficha recolección de datos	Porcentual	$(\text{N}^\circ \text{ ítem preparados} / \text{Tiempo trabajado}) \times 100\%$
			Despacho	Nivel de cumplimiento de despachos	Razón	Observación	Ficha recolección de datos	Porcentual	$(\text{N}^\circ \text{ de despachados cumplidos} / \text{Total de despachados requeridos}) \times 100\%$
Nivel de Servicio	Para la autora Martin, María y Diaz, Eloísa (2016, p. 193), nos menciona en su libro que el nivel de servicio es la capacidad de poder mostrar al cliente una variedad de productos que puede demandar en el momento de la compra, es decir, la relación que tiene entre los productos disponibles en el almacén o en exposición.	El nivel de servicio al cliente está ligado al nivel de cumplimiento de los pedidos y se mide dependiendo del tiempo de entrega, el cumplimiento del pedido en cantidades y la calidad de entrega del pedido.	Pedidos entregados a tiempo	Entregas a tiempo	Razón	Observación	Ficha recolección de datos	Porcentual	$(\text{Pedidos entregados a tiempo} / \text{Total de pedidos entregados}) \times 100\%$
			Pedidos entregados completos	Entregas completas	Razón	Observación	Ficha recolección de datos	Porcentual	$(\text{Pedidos entregados completos} / \text{Total de pedidos entregados}) \times 100\%$
			Calidad de pedidos entregados	Entregas perfectas	Razón	Observación	Ficha recolección de datos	Porcentual	$(\text{Pedidos entregados perfectos} / \text{total de pedidos entregados}) \times 100\%$

Fuente: Elaboración propia

FIGURA N.º2: DIAGRAMA DE ISHIKAWA



Fuente: Elaboracion propia.

Figura N°3: TIEMPO TOTAL DEL CICLO DE PEDIDO



Fuente: Valdivia, Juan (2015)

FIGURA N°4 CONTROL DE VENTAS

AUSTRIAL 01 INVENTARIO parte 2										
Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista ¿Qué desea hacer										
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	KARDEX PRODUCTO									
2	PROVEEDOR	AUSTRAL								
3	PRODUCTO	GUMY	COLOR	NUTRIA						
4	FECHA	NRO GUIA	DESCRIPCION	SALIDA		INGRESO		SALDO		
5				CANTIDAD	MANTAS	CANTIDAD	MANTAS	CANTIDAD	MANTAS	
6	SALDO INICIAL --->							533.25	24.00	
7	17/04/2017	001 006966	ROBERTO CISNEROS	113	5			420.25	19.00	
8	21/04/2017	002 006169	ROBERTO CISNEROS	109.25	5			311.00	14.00	
9	24/04/2017	6785	INGRESO			103.75	4	414.75	18.00	
10	26/04/2017	001 007050	ROBERTO CISNEROS	121.25	5			293.50	13.00	
11	27/04/2017	002 006195	ROBERTO CISNEROS	103.75	4			189.75	9.00	
12	2/05/2017	002 006202	PABLO VIRTO	110	5			79.75	4.00	
13	5/05/2017	6873	INGRESO			410.5	19	490.25	23.00	
14	9/05/2017	001 007170	MARIO REYES	21.75	1			468.50	22.00	
15	13/05/2017	002 006262	ROBERTO CISNEROS	203.25	9			265.25	13.00	
16	18/05/2017	001 007229	MAXIMO MONRROY	85.75	4			179.50	9.00	
17	23/05/2017	7005	INGRESO			454.25	20	633.75	29.00	
18	27/05/2017	7038-7039	INGRESO			341	15	974.75	44.00	
19	30/05/2017	7070-7065	INGRESO			357.5	15	1332.25	59.00	
20	10/06/2017	001 007467	ROBERTO CISNEROS	351.5	15			980.75	44.00	
21	19/06/2017	002 006456	ROBERTO CISNEROS	230.5	10			750.25	34.00	
22	5/07/2017	002 006510	ROBERTO CISNEROS	226.5	10			523.75	24.00	
23	17/07/2017	002 006610	ROBERTO CISNEROS	344.25	15			179.50	9.00	
24	19/07/2017	7407	INGRESO			318.5	15	498.00	24.00	
25	24/07/2017	002 006700	MAYRA	16.25	1			481.75	23.00	
26	25/07/2017	7445	INGRESO			286.75	15	768.50	38.00	
27	25/07/2017	002 006704	ROBERTO CISNEROS	286.75	15			481.75	23.00	
28	9/08/2017	002 006835	ROBERTO CISNEROS	210	10			271.75	13.00	
29	14/08/2017	002 006862	BRON	18.5	1			253.25	12.00	
30	25/08/2017		INGRESO			423.25	20	676.50	32.00	
31	14/09/2017	002 003011	ROBERTO CISNEROS	103.5	5			573.00	27.00	
32	26/09/2017	002 003103	ROBERTO CISNEROS	212.75	10			360.25	17.00	
33	5/10/2017	7891-7892	INGRESO			116.25	5	476.50	22.00	
34	18/10/2017	002 003256	FIDEL RONDON	23	1			453.50	21.00	
35	23/10/2017	002 003330	ROBERTO CISNEROS	223.25	10			230.25	11.00	
36	26/10/2017	002 003347	ROBERTO CISNEROS	172.25	8			58.00	3.00	
37	26/10/2017	8053	INGRESO			209.5	10	267.50	13.00	
38	27/10/2017	8053	INGRESO			473	8	423.25	21.00	
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> ← ▶ ... GUMY NUTRIA GUMY ARENA GUMY AZULINO GUMY PICADO NEGRO GUMY I </div>										
Listo										

Fuente: Elaboracion propia

FIGURA N°5: COMPROBANTE DE COMPRAS



**CURTIEMBRE
"AUSTRAL SRL"**

Av. Guillermo Densley N°1732 - Cercado - Lima-Lima Telf. 01-3968435
Principal: Calle Pizarro N°411 Int.143 C.C. Don Luis - Arequipa - Arequipa Telf. 054-205904
Parque Ind. Rio Seco Ma. J. Lot. 3-A, Cerro Colorado Arequipa - Arequipa Telf. 054-444563
Email: austral@curtiembreaustral.com

R.U.C. N° 20454159455

FACTURA ELECTRONICA

N° F004 - 0002812

RUC: 20544151763

Fecha: 10/01/2018

Nombre Cliente: NEGOCIACIONES ENCALADA E.I.R.L.

Dirección: CAL ESTEBAN SALMON NRO. 894 INT. 52 (GALERIA SALMON)LIMA - LIMA - RIMA

G/R: 004-0016619

Cantidad	Unidad	Descripción	Precio Unitario	Sub Total
198.50	PIE	CUERO AFRICA HABANO	9.60	1,905.60
456.50	PIE	CUERO GUMMY AZUL	8.50	3,880.25
354.25	PIE	CUERO FLOTHER MARRON	7.50	2,656.88

SON: SON: OCHO MIL CUATROCIENTOS CUARENTA Y DOS CON 73/100 SOLES

Total Ope. Gravadas	7,154.86
Total Ope. Inafectas	0.00
Total Ope. Exoneradas	0.00
Total Descuentos	0.00
Total IGV	1,287.87
Total IBC	0.00
TOTAL A PAGAR	8,442.73



xDvG4oub/3bPHAvBKLHmU6e8EyU=

Representación impresa de la FACTURA ELECTRONICA.
Consulte el documento en entrepriseweb.cloudapp.net/factronweb
Autorizado mediante resolución 0520050000153/SUNAT

Fuente: Empresa CURTIEMBRE AUSTRAL.

FIGURA N°6: COMPROBANTE DE COMPRAS



**CURTIEMBRE
"AUSTRAL SRL"**

Av. Guillermo Densay N°1732 - Cercado - Lima-Lima Telf. 01-3368435
Principal: Calle Pizarro N°411 Int.143 C.C. Don Luis - Arequipa - Arequipa Telf. 054-209904
Parque Ind. Rio Seco Nts. J. Lot. 3-A. Cerro Colorado Arequipa - Arequipa Telf. 054-444963
Email: austral@curtiembreaustral.com

R.U.C. N° 20454159455

FACTURA ELECTRONICA

N° F004 - 0003605

RUC: 20544151763

Fecha: 25/05/2018

Nombre Cliente: NEGOCIACIONES ENCALADA E.I.R.L.

Dirección: CALLE STEBAN SALMON NRO. 894 INT. 52 (GALERIA SALMON)LIMA - LIMA - RIMA

G/R: -

Cantidad	Unidad	Descripción	Precio Unitario	Sub Total
710.25	PIE	CUERO AFRICA HABANO	9.60	6,818.40
426.75	PIE	CUERO GUMMY VIZCACHA	8.50	3,627.38
703.25	PIE	CUERO BOX GUINDA	7.50	5,274.38
911.00	PIE	CUERO GUMMY JAMAICA	8.50	7,743.50
501.25	PIE	CUERO BOX BLANCO	7.50	3,759.38

SON: SON: VEINTISIETE MIL DOSCIENTOS VEINTITRES CON 03/100 SOLES

Total Ope. Gravadas	23,070.37
Total Ope. Inafectas	0.00
Total Ope. Exoneradas	0.00
Total Desuentos	0.00
Total IGV	4,152.66
Total IBC	0.00
TOTAL A PAGAR	S/ 27,223.03



Q~p2YsMrdmJU3GldI/vr83e46Q~

Representación impresa de la FACTURA ELECTRONICA.
Consulte el documento en entrepriseweb.cloudapp.net/factronweb
Autorizado mediante resolución 0520050000153/SUNAT

Fuente: Empresa CURTIEMBRE AUSTRAL

FIGURA N°7: GUIAS DE COMPRA CON LA MERCADERIA DETALLADA

GUIA DE REMISION N° 009367

Teléfono: (01) 336 8439

Fecha: 24/04/2018

Señor(es): NEGOCIACIONES ENCALADA EIRL

Dirección:

R.U.C.: LIMA Telf: Cel:

Condiciones:

Nota: La mercadería viaja por cuenta y riesgo del comprador.

PIEZA	ARTICULO	PIES	P. UNIT.	P. TOTAL
	GERATO AZUL	321.25	10.58	3,390.90
	GERATO MARRON	394.75	10.58	4,181.00
	GUMMI LONELA NEGRO	224.00	8.58	1,921.92
	GUMMI LONELA AZUL	233.25	8.58	1,999.35
	GUMMI LONELA OLIVO	192.00	8.58	1,647.36
	GUMMI LONELA JAMAICA	223.00	8.58	1,903.34
	GUMMI LONELA ROJO	104.25	8.58	894.12
	NUBUCK JAMAICA	635.75	10.30	6,548.23
	NUBUCK MARRON	190.50	10.30	1,962.15
	NUBUCK ESCURIA	634.25	10.30	6,532.78
	NUBUCK OLIVO BOT	334.25	10.30	3,442.78
	NUBUCK NUTREA	334.50	10.30	3,445.35
	NUBUCK GUINOA	464.00	10.30	4,779.20
	NUBUCK VEZCACHA CLARO NRO 01	423.50	10.30	4,362.05
	GUMMI NEGRO	475.00	8.58	4,074.50
	GUMMI JAMAICA	232.50	8.58	1,994.25
	GUMMI AZUL	233.25	8.58	1,999.35
	GUMMI ROJO	294.25	8.58	2,524.13
	GUMMI VEZCACHA CLARO NRO 02	347.50	8.58	2,980.75
	GUMMI NUTREA	345.00	8.58	2,960.10
	GUMMI ARENA	321.75	8.58	2,758.80
	TOTAL	7,703.25	S/.	74,334.58

Del 9 001 al 11 000

ENCARGADO
CLIENTE

Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N° 8: GUIAS DE COMPRA CON LA MERCADERIA DETALLADA

GUIA DE REMISIÓN Nº 008604

Teléfono: (01) 336 8435

Fecha: / /

Señor(es):

Dirección: 10/01/2013

R.U.C.: **NEGOCIACIONES ENCALADA EIRL** Telf.: Cel.:

Condiciones:

Nota: La mercadería viaja por cuenta y riesgo del comprador.

PIEZA	ARTICULO	PIES	P. UNIT.	P. TOTAL
	GLIMMY CHOCOLATE ✓	222.00	8.50	1.897.00
	GLIMMY ARENA ✓	536.25	8.50	4.558.13
	GUANTE BLANCO ✓	416.00	10.00	4.160.00
	ESPUMA NEGRO ✓	107.75	8.50	915.88
	PU ONDAS AZUL ✓	294.75	10.30	2.932.93
	PU ONDAS COBRE +507.50 (5227.75)	104.25	10.30	1.073.75
	WAX NEGRO -507.50 (4313.25)	611.75	8.50	5.199.88
	NEBUCK CANDY ✓	73.25	10.30	754.46
	NEBUCK AZUL ✓	311.25	10.30	3.205.88
	NEBUCK GUINDA ✓	326.75	10.30	3.369.88
	NEBUCK AZUL CLAR ✓	208.50	10.30	2.147.55
	FLOTHER AZUL ✓	39.00	8.00	792.00
	FLOTHER OMBRE ✓	106.75	8.00	854.00
	FLOTHER GALLETAS ✓	128.50	8.00	1.028.00
	CERATO HUESO ✓	109.50	10.30	1.127.85
	BOX NEGRO T.S ✓	850.00	7.80	6.630.00
	<u>CREDITO</u>			
		4.496.25	TOTAL S/	40.632.85

Del 7001 al 9000 1+2 x 1c (negro)

ENCARGADO

CLIENTE

41546.35

9135.00

↓

Credito

Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N°9: GUIA DE VENTAS

CONTROL INTERNO
GALERÍA SALMÓN
 (EX BATA)

002- Nº 000869

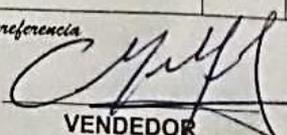
Señor(a): Luis Reyes
 Dirección: Telf.:

			DÍA	MES	AÑO
			05	07	18

N°	CODIGO	DESCRIPCION	MANTAS	PIES	PRECIO	TOTAL
1	02	guante negro	1	21.25	9.20	
2			1	19.50		
3				40.75		374.90
4	06	Ploter cobre	1	26.00	9.7	
5			1	27.50		
6			1	24.75		
7				78.25		759.20
8	01	Ploter Marron	1	22.50	8.70	
9			1	18.25		
10				40.75		354.50
11						
12						1488.00
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22		159.75				

Cancelado

Agradecemos su preferencia

FIRMA _____ VENDEDOR 

TOTAL	
A CUENTA	
SALDO	

Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N°10: GUIA DE VENTAS

CONTROL INTERNO
GALERIA SALMON
 (EX BATA)

002- No. 0000000000

Señor(a): Oscar Mondy DIA: 5 MES: 7 AÑO: 18

Dirección: Telf:

N°	CODIGO	DESCRIPCION	MANTAS	PIES	PRECIO	TOTAL
1	01	Crust Negro	5		98.50	
2						
3	01	Crust taffe	5		121.50	
4						
5	01	Crust Cobre	5		95.50	
6						
7	01	Crust Africano	5		122.75	
8						
9	02	Crust Azul	5		113.50	
10						
11	01	Corato Marron	5		102.75	
12						
13	01	Corato Habana	5		123.75	
14						
15	01	Corato Cobre	5		165.75	
16						
17	01	Corato Azul	5		102.25	
18						
19	01	Corato Negro	5		114.50	11
20		10 Reg's			1161.75	
21						12779.30
22						

Agradecemos su preferencia

FIRMA: Debc VENDEDOR: [Firma]

TOTAL	
A CUENTA	
SALDO	

Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N°11: FORMATO DE EXCEL DE INGRESO DE GUIA DE COMPRA DE MERCADERIA DETALLADA

	A	B	D	E	F	G	H	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
	FECHA	N° GUIA	DESCRIPCIÓN	PIES	P/U	IMPORT E \$.	COMP. TOTAL	DEVOLUCION	EFECTIVO \$.	CHQ \$.	LETRA \$.	SALDO				
1																
897	10/01/2018	8604	GUMY CHOCOLATE	222	8.5	1887.0										NO CONCUERDA CON LO REQUERIDO
898			GUMY ARENA	536.25	8.5	4558.1										
899			GUANTE BLANCO	416	10	4160.0										
900			ESPUMA NEGRO	107.75	8.5	915.9										
901			CRUST AZUL	284.75	10.3	2932.9										
902			CRUST COBRE	611.75	10.3	6301.0										ERRONEO NOMBRE
903			WAX NEGRO	104.25	8.5	886.1										NO CONCUERDA CON LO REQUERIDO
904			NOBUCK CANDY	73.25	10.3	754.5										
905			NOBUCK AZUL	311.25	10.3	3205.9										
906			NOBUCK GUINDA	326.75	10.3	3365.5										
907			NOBUCL AZUL CLARO	208.5	10.3	2147.6										
908			FLOTOR AZUL	99	8	792.0										NO CONCUERDA CON LO REQUERIDO
909			FLOTOR COBRE	106.75	8	854.0										
910			FLOTOR GALLETA	128.5	8	1028.0										
911			CERATO HUESO	109.5	10.3	1127.9										
912			BOX NEGRO	850	7.8	6630.0	41546.4					913.4600				
913						0.0										
914	15/01/2018	8688	GUMY PI AZUL	245	8.5	2082.5										
915			GUMY PI NEGRO	232	8.5	1972.0										
916			ESPUMA NEGRO	106	8.5	901.0										NO CONCUERDA CON LO REQUERIDO
917			ESPUMA BLANCO	103.5	8.5	879.8										
918			SATINADO GUINDA	267.75	10	2677.5										
919			GUANTE NEGRO	712	10	7120.0	15632.8									CONTADO
920						0.0										
921	25/01/2018	8718	CRUST COBRE	108	10.3	1112.4										
922			GUMY NEGRO	224.5	8.5	1908.3										
923			ESPUMA BLANCO	200	8.5	1700.0										
924			MINIFLOTOR BLANCO	113.25	7.8	883.4										SE PIDIO ESPUMA BLANCO
925			FLOTOR NEGRO	109.25	8	874.0	6478.0									CONTADO
926						0.0										
927	29/01/2018	8751	SATINADO GUNDA	157.25	10	1572.5										

Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N°12: IMÁGENES DEL ALAMCEN ANTES DE LA APLICACIÓN DE LA GESTION DE ALMACENES



Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N°13: IMÁGENES DEL ALAMCEN ANTES DE LA APLICACIÓN DE LA GESTION DE ALMACENES



Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N°14: IMÁGENES DEL ALAMCEN DESPUES DE LA APLICACIÓN DE LA GESTION DE ALMACENES



Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N°15: IMÁGENES DE LA RECEPCIÓN DESPUES DE LA APLICACIÓN DE LA GESTION DE ALMACENES



Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

GRAFICO N°16: CUERO ABASTECIDO A BATA



CUERO GUANTE



Fuente: Empresa Bata

GRAFICO N°17: CUERO ABASTECIDO A IMPERIUM

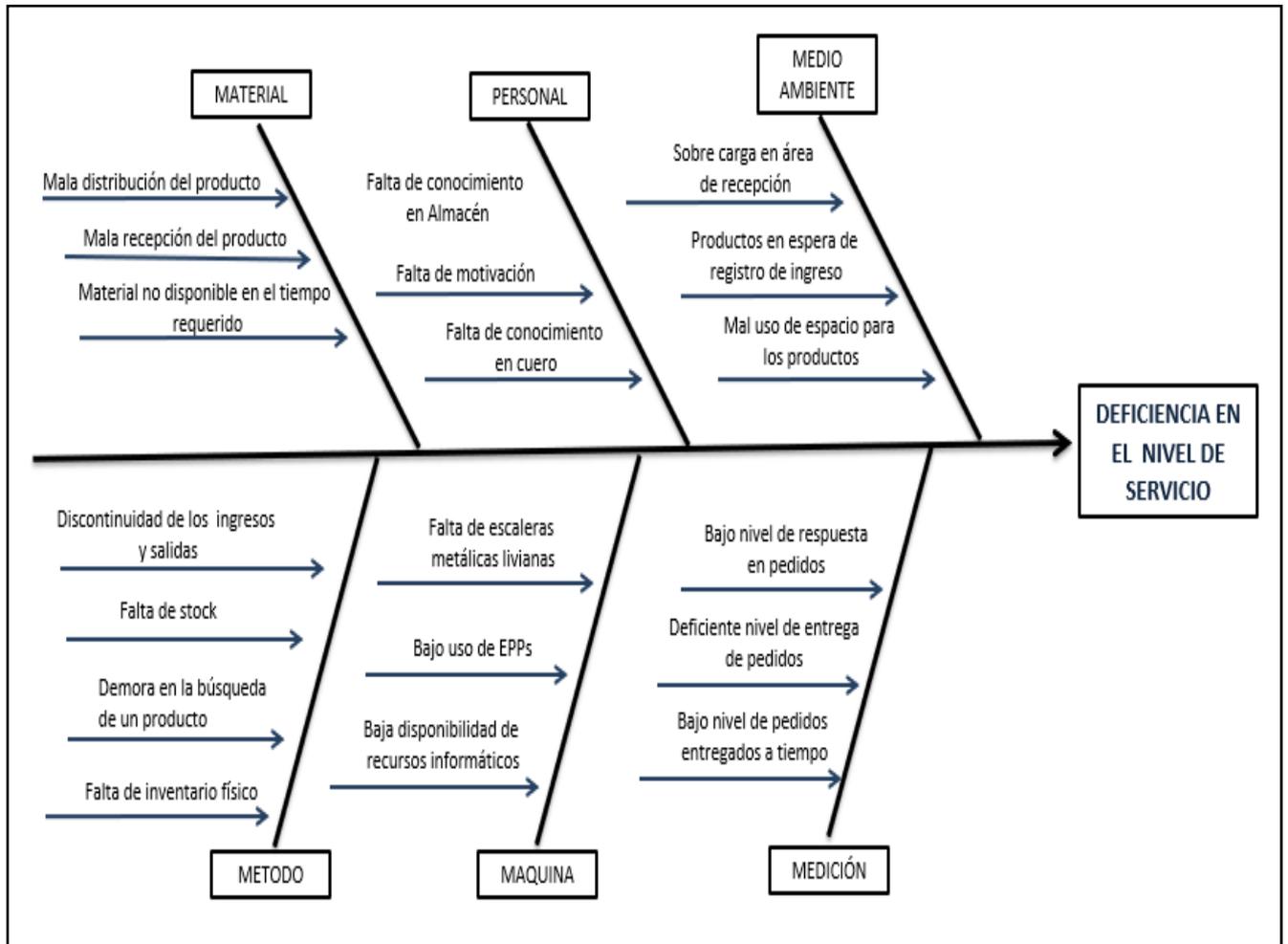


CUERO NOBUCK



Fuente: Empresa Imperium

FIGURA N.º2: DIAGRAMA DE ISHIKAWA



Fuente: Elaboracion propia.

Figura N°3: TIEMPO TOTAL DEL CICLO DE PEDIDO



Fuente: Ramón, Jua

FIGURA N°5 CONTROL DE VENTAS

AUSTRIAL 01 INVENTARIO parte 2										
Archivo Inicio Insertar Diseño de página Fórmulas Datos Revisar Vista ¿Qué desea hacer										
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	KARDEX PRODUCTO									
2	PROVEEDOR	AUSTRAL								
3	PRODUCTO	GUMY	COLOR	NUTRIA						
4	FECHA	NRO GUIA	DESCRIPCION		SALIDA		INGRESO		SALDO	
5					CANTIDAD	MANTAS	CANTIDAD	MANTAS	CANTIDAD	MANTAS
6	SALDO INICIAL --->								533.25	24.00
7	17/04/2017	001 006966	ROBERTO CISNEROS		113	5			420.25	19.00
8	21/04/2017	002 006169	ROBERTO CISNEROS		109.25	5			311.00	14.00
9	24/04/2017	6785	INGRESO				103.75	4	414.75	18.00
10	26/04/2017	001 007050	ROBERTO CISNEROS		121.25	5			293.50	13.00
11	27/04/2017	002 006195	ROBERTO CISNEROS		103.75	4			189.75	9.00
12	2/05/2017	002 006202	PABLO VIRTO		110	5			79.75	4.00
13	5/05/2017	6873	INGRESO				410.5	19	490.25	23.00
14	9/05/2017	001 007170	MARIO REYES		21.75	1			468.50	22.00
15	13/05/2017	002 006262	ROBERTO CISNEROS		203.25	9			265.25	13.00
16	18/05/2017	001 007229	MAXIMO MONRROY		85.75	4			179.50	9.00
17	23/05/2017	7005	INGRESO				454.25	20	633.75	29.00
18	27/05/2017	7038-7039	INGRESO				341	15	974.75	44.00
19	30/05/2017	7070-7065	INGRESO				357.5	15	1332.25	59.00
20	10/06/2017	001 007467	ROBERTO CISNEROS		351.5	15			980.75	44.00
21	19/06/2017	002 006456	ROBERTO CISNEROS		230.5	10			750.25	34.00
22	5/07/2017	002 006510	ROBERTO CISNEROS		226.5	10			523.75	24.00
23	17/07/2017	002 006610	ROBERTO CISNEROS		344.25	15			179.50	9.00
24	19/07/2017	7407	INGRESO				318.5	15	498.00	24.00
25	24/07/2017	002 006700	MAYRA		16.25	1			481.75	23.00
26	25/07/2017	7445	INGRESO				286.75	15	768.50	38.00
27	25/07/2017	002 006704	ROBERTO CISNEROS		286.75	15			481.75	23.00
28	9/08/2017	002 006835	ROBERTO CISNEROS		210	10			271.75	13.00
29	14/08/2017	002 006862	BRON		18.5	1			253.25	12.00
30	25/08/2017		INGRESO				423.25	20	676.50	32.00
31	14/09/2017	002 003011	ROBERTO CISNEROS		103.5	5			573.00	27.00
32	26/09/2017	002 003103	ROBERTO CISNEROS		212.75	10			360.25	17.00
33	5/10/2017	7891-7892	INGRESO				116.25	5	476.50	22.00
34	18/10/2017	002 003256	FIDEL RONDON		23	1			453.50	21.00
35	23/10/2017	002 003330	ROBERTO CISNEROS		223.25	10			230.25	11.00
36	26/10/2017	002 003347	ROBERTO CISNEROS		172.25	8			58.00	3.00
37	26/10/2017	8053	INGRESO				209.5	10	267.50	13.00
38	27/10/2017	002 003331	ROBERTO CISNEROS		173	8			440.50	21.00

Listo

Fuente: Elaboracion propia

FIGURA N°6: COMPROBANTE DE COMPRAS



**CURTIEMBRE
"AUSTRAL SRL"**

Av. Guillermo Densay N°1732 - Cercado - Lima-Lima Telf. 01-3868435
 Principal: Calle Pizarro N°413 Int.143 C.C. Don Luis - Arequipa - Arequipa Telf. 054-209904
 Parque Ind. Rio Seco Ms. J. Lot. 3-A. Cerro Colorado Arequipa - Arequipa Telf. 054-444563
 Email: austral@curtiembreaustral.com

R.U.C. N° 20454159455

FACTURA ELECTRONICA

N° F004 - 0003605

RUC: 20544151763

Fecha: 25/05/2018

Nombre Cliente: NEGOCIACIONES ENCALADA E.I.R.L.

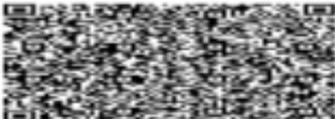
Dirección: CAL ESTEBAN SALMON NRO. 894 INT. 52 (GALERIA SALMON)LIMA - LIMA - RIMA

G/R: -

Cantidad	Unidad	Descripción	Precio Unitario	Sub Total
710.25	PIE	CUERO AFRICA HABANO	9.60	6,818.40
426.75	PIE	CUERO GUMMY VIZCACHA	8.50	3,627.38
703.25	PIE	CUERO BOX GUINDA	7.50	5,274.38
911.00	PIE	CUERO GUMMY JAMAICA	8.50	7,743.50
501.25	PIE	CUERO BOX BLANCO	7.50	3,759.38

BON: BON: VEINTISIETE MIL DOSCIENTOS VEINTITRES CON 03/100 SOLES

Total Ope. Gravadas	23,070.37
Total Ope. Inafectas	0.00
Total Ope. Exoneradas	0.00
Total Descuentos	0.00
Total IGV	4,152.66
Total IBC	0.00
TOTAL A PAGAR	8/ 27,223.03



Q~p2YsMrdmJU3GldIuar83e46Q~

Representación impresa de la FACTURA ELECTRONICA.
 Consulte el documento en enterpriseweb.cloudapp.net/factronweb
 Autorizado mediante resolución 0520050000153/BUNAT

Fuente: Empresa CURTIEMBRE AUSTRAL

FIGURA N°7: COMPROBANTE DE COMPRAS



**CURTIEMBRE
"AUSTRAL SRL"**

Av. Guillermo Densay N°1732 - Cercado - Lima-Lima Telf. 01-3568435
Principal: Calle Pizarro N°411 Int.143 C.C. Don Luis - Arequipa - Arequipa Telf. 054-202904
Parque Ind. Rio Seco Mt. J. Lot. 3-A. Cerro Colorado Arequipa - Arequipa Telf. 054-444563
Email: austral@curtiembreaustral.com

R.U.C. N° 20454159455

FACTURA ELECTRONICA

N° F004 - 0002812

RUC:	20544151763	Fecha:	10/01/2018
Nombre Cliente:	NEGOCIACIONES ENCALADA E.I.R.L.		
Dirección:	CAL. ESTEBAN SALMON NRO. 894 INT. 52 (GALERIA SALMON)LIMA - LIMA - RIMA		

G/R: 004-0016619

Cantidad	Unidad	Descripción	Precio Unitario	Sub Total
198.50	PIE	CUERO AFRICA HABANO	9.60	1,905.60
486.50	PIE	CUERO GUMMY AZUL	8.50	3,880.25
354.25	PIE	CUERO FLOTHER MARRON	7.50	2,656.88

SON: SON: OCHO MIL CUATROCIENTOS CUARENTA Y DOS CON 73/100 SOLES

Total Ope. Gravadas	7,154.86
Total Ope. Inafectas	0.00
Total Ope. Exoneradas	0.00
Total Descuentos	0.00
Total IGV	1,287.87
Total IBC	0.00
TOTAL A PAGAR	S/ 8,442.73



xDvG4oub/3bPHAwbKLMU6e8EyU=

Representación impresa de la FACTURA ELECTRONICA.
Consulte el documento en entrepriseweb.cloudapp.net/factronweb
Autorizado mediante resolución 0520050000153/SUNAT

Fuente: Empresa CURTIEMBRE AUSTRAL

FIGURA N°8: GUIAS DE COMPRA CON LA MERCADERIA DETALLADA

GUIA DE REMISION N° 009367

Teléfono: (01) 336 8439

Fecha: 24/04/2018

Señor(es): NEGOCIACIONES ENCALADA EIRL

Dirección:

R.U.C.: LIMA Telf: Cel:

Condiciones:

Nota: La mercadería viaja por cuenta y riesgo del comprador.

PIEZA	ARTICULO	PIES	P. UNIT.	P. TOTAL
	GERATO AZUL	221.25	10.38	2,290.90
	GERATO MARRON	294.75	10.38	3,059.00
	GUMMI LONELA NEGRO	224.00	8.50	1,904.00
	GUMMI LONELA AZUL	223.25	8.50	1,897.63
	GUMMI LONELA OLIVO	122.00	8.50	1,037.00
	GUMMI LONELA JAMAICA	223.25	8.50	1,897.63
	GUMMI LONELA ROJO	104.25	8.50	886.13
	NUBUCK JAMAICA	635.75	10.30	6,548.23
	NUBUCK MARRON	190.50	10.30	1,962.15
	NUBUCK ESCUMA	634.25	10.30	6,532.73
	NUBUCK OLIVO 80%	334.25	10.30	3,442.78
	NUBUCK NUTREA	329.50	10.30	3,393.85
	NUBUCK GUNDA	464.00	10.30	4,779.20
	NUBUCK VEZCACHA CLARO NRO 01	423.50	10.30	4,362.05
	GUMMI NEGRO	475.00	9.50	4,512.50
	GUMMI JAMAICA	232.50	9.50	2,208.75
	GUMMI AZUL	233.25	9.50	2,215.63
	GUMMI ROJO	294.25	9.50	2,795.38
	GUMMI VEZCACHA CLARO NRO 02	347.50	9.50	3,291.25
	GUMMI NUTREA	345.00	9.50	3,267.50
	GUMMI ARENA	321.75	9.50	3,056.63
		2,703.25	TOTAL	S/ 74,334.58

Del 9 001 al 11 000

ENCARGADO
CLIENTE

Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N° 9: GUIAS DE COMPRA CON LA MERCADERIA DETALLADA

GUIA DE REMISIÓN Nº 008604

Teléfono: (01) 336 8435

Fecha: / /

Señor(es):

Dirección: 10/01/2013

R.U.C.: **NEGOCIACIONES ENCALADA EIRL** Telf.: Cel.:

Condiciones:

Nota: La mercadería viaja por cuenta y riesgo del comprador.

PIEZA	ARTICULO	PIES	P. UNIT.	P. TOTAL
	GLIMMY CHOCOLATE ✓	222.00	8.50	1.897.00
	GUMMY ARENA ✓	536.25	8.50	4.558.13
	GIANTE BLANCO ✓	416.00	10.00	4.160.00
	ESPIUMA NEGRO ✓	107.75	8.50	915.88
	PIZONIA AZUL ✓	294.75	10.30	2.932.93
	POUNDING COBRE +507.50 (5227.75)	104.25	10.30	1.072.75
	WAX NEGRO -507.50 (4313.25)	611.75	8.50	5.199.88
	NISUCK CANDY ✓	73.25	10.30	754.46
	NISUCK AZUL ✓	311.25	10.30	3.205.88
	NISUCK GUINDA ✓	326.75	10.30	3.369.88
	NISUCK AZUL CLAR ✓	208.50	10.30	2.147.55
	FLOTHER AZUL ✓	97.00	8.00	772.00
	FLOTHER OMBRE ✓	106.75	8.00	854.00
	FLOTHER GALLETAS ✓	128.50	8.00	1.028.00
	CERATO HUESO ✓	102.50	10.30	1.027.85
	BOX NEGRO 1.8 ✓	850.00	7.80	6.630.00
	<u>CREDITO</u>			
		4.496.25	TOTAL S/	40.632.85

Del 7001 al 9000 1+2 x 1c (negro)

ENCARGADO

CLIENTE

41546.35

9135.00

S/ 50.000

Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N°10: GUIA DE VENTAS

CONTROL INTERNO
GALERÍA SALMÓN
 (EX BATA)

002- Nº 000869

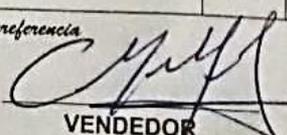
Señor(a): Luis Reyes
 Dirección: Telf.:

			DÍA	MES	AÑO
			05	07	18

N°	CODIGO	DESCRIPCION	MANTAS	PIES	PRECIO	TOTAL
1	02	guante negro	1	21.25	9.20	
2			1	19.50		
3				40.75		374.90
4	06	Ploter cobre	1	26.00	9.7	
5			1	27.50		
6			1	24.75		
7				78.25		759.20
8	01	Ploter Marron	1	22.50	8.70	
9			1	18.25		
10				40.75		354.50
11						
12						1488.00
13						
14						
15						
16						
17						
18						
19						
20						
21						
22		159.75				

Cancelado

Agradecemos su preferencia

FIRMA _____ VENDEDOR 

TOTAL	
A CUENTA	
SALDO	

Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N°11: FORMATO DE EXCEL DE INGRESO DE GUIA DE COMPRA DE MERCADERIA DETALLADA

	FECHA	N°GUI A	DESCRIPCIÓN	PIES	PIU	IMPORT E SI.	COMP. TOTAL	DEVOLUCION	EFFECTIVO SI.	CHQ SI.	LETRA SI.	SALDO	
897	10/01/2018	8604	GUMY CHOCOLATE	222	8.5	1887.0							NO CONCUERDA CON LO REQUERIDO
898			GUMY ARENA	536.25	8.5	4558.1							
899			GUANTE BLANCO	416	10	4160.0							
900			ESPUMA NEGRO	107.75	8.5	915.9							
901			CRUST AZUL	284.75	10.3	2932.9							
902			CRUST COBRE	611.75	10.3	6301.0							ERRONEO NOMBRE
903			WAX NEGRO	104.25	8.5	886.1							NO CONCUERDA CON LO REQUERIDO
904			NOBUCK CANDY	73.25	10.3	754.5							
905			NOBUCK AZUL	311.25	10.3	3205.9							
906			NOBUCK GUINDA	326.75	10.3	3365.5							
907			NOBUCL AZUL CLARO	208.5	10.3	2147.6							
908			FLOTER AZUL	99	8	792.0							NO CONCUERDA CON LO REQUERIDO
909			FLOTER COBRE	106.75	8	854.0							
910			FLOTER GALLETA	128.5	8	1028.0							
911			CERATO HUESO	109.5	10.3	1127.9							
912			BOX NEGRO	850	7.8	6630.0	41546.4					913.4600	
913						0.0							
914	15/01/2018	8688	GUMY PI AZUL	245	8.5	2082.5							
915			GUMY PI NEGRO	232	8.5	1972.0							
916			ESPUMA NEGRO	106	8.5	901.0							NO CONCUERDA CON LO REQUERIDO
917			ESPUMA BLANCO	103.5	8.5	879.8							
918			SATINADO GUINDA	267.75	10	2677.5							
919			GUANTE NEGRO	712	10	7120.0	15632.8						CONTADO
920						0.0							
921	25/01/2018	8718	CRUST COBRE	108	10.3	1112.4							
922			GUMY NEGRO	224.5	8.5	1908.3							
923			ESPUMA BLANCO	200	8.5	1700.0							
924			MINIFLOTOR BLANCO	113.25	7.8	883.4							SE PIDIO ESPUMA BLANCO
925			FLOTER NEGRO	109.25	8	874.0	6478.0						CONTADO
926						0.0							
927	29/01/2018	8751	SATINADO GUNDA	157.25	10	1572.5							

Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N°12: FORMATO DE EXCEL DE INGRESO DE GUIA DE COMPRA DE MERCADERIA DETALLADA

	A	B	D	E	F	G	H	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
	FECHA	N°GUIA	DESCRIPCIÓN	PIES	PIU	IMPORTE \$.	COMP. TOTAL	DEVOLUCION	EFFECTIVO \$.	CHQ \$.	LETRAS \$.	SALDO				
1																
897	10/01/2018	8604	GUMY CHOCOLATE	222	8.5	1887.0										NO CONCUERDA CON LO REQUERIDO
898			GUMY ARENA	536.25	8.5	4558.1										
899			GUANTE BLANCO	416	10	4160.0										
900			ESPUMA NEGRO	107.75	8.5	915.9										
901			CRUST AZUL	284.75	10.3	2932.9										
902			CRUST COBRE	611.75	10.3	6301.0										ERRONEO NOMBRE
903			WAX NEGRO	104.25	8.5	886.1										NO CONCUERDA CON LO REQUERIDO
904			NOBUCK CANDY	73.25	10.3	754.5										
905			NOBUCK AZUL	311.25	10.3	3205.9										
906			NOBUCK GUINDA	326.75	10.3	3365.5										
907			NOBUCL AZUL CLARO	208.5	10.3	2147.6										
908			FLOTER AZUL	99	8	792.0										NO CONCUERDA CON LO REQUERIDO
909			FLOTER COBRE	106.75	8	854.0										
910			FLOTER GALLETA	128.5	8	1028.0										
911			CERATO HUESO	109.5	10.3	1127.9										
912			BOX NEGRO	850	7.8	6630.0	41546.4					913.4600				
913						0.0										
914	15/01/2018	8688	GUMY PI AZUL	245	8.5	2082.5										
915			GUMY PI NEGRO	232	8.5	1972.0										
916			ESPUMA NEGRO	106	8.5	901.0										NO CONCUERDA CON LO REQUERIDO
917			ESPUMA BLANCO	103.5	8.5	879.8										
918			SATINADO GUINDA	267.75	10	2677.5										
919			GUANTE NEGRO	712	10	7120.0	15632.8									CONTADO
920						0.0										
921	25/01/2018	8718	CRUST COBRE	108	10.3	1112.4										
922			GUMY NEGRO	224.5	8.5	1908.3										
923			ESPUMA BLANCO	200	8.5	1700.0										
924			MINIFLOTER BLANCO	113.25	7.8	883.4										SE PIDIO ESPUMA BLANCO
925			FLOTER NEGRO	109.25	8	874.0	6478.0									CONTADO
926						0.0										
927	29/01/2018	8751	SATINADO GUNDA	157.25	10	1572.5										

Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N°13: IMÁGENES DEL ALAMCEN ANTES DE LA APLICACIÓN DE LA GESTION DE ALMACENES



Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N°14: IMÁGENES DEL ALAMCEN ANTES DE LA APLICACIÓN DE LA GESTION DE ALMACENES



Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N°15: IMÁGENES DEL ALAMCEN DESPUES DE LA APLICACIÓN DE LA GESTION DE ALMACENES



Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

FIGURA N°16: IMÁGENES DE LA RECEPCIÓN DESPUES DE LA APLICACIÓN DE LA GESTION DE ALMACENES



Fuente: Empresa Negociaciones Encalada EIRL

GRAFICO N°17: CUERO ABASTECIDO A BATA



CUERO GUANTE



Fuente: Empresa Bata

GRAFICO N°18: CUERO ABASTECIDO A IMPERIUM



CUERO NOBUCK



Fuente: Empresa Imperium



FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA INDUSTRIAL

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, Roberto Carlos Conde Rosas, docente de la FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA y Escuela Profesional de INGENIERIA INDUSTRIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO, asesor(a) del Trabajo de Investigación / Tesis titulada: "APLICACIÓN DE GESTIÓN DE ALMACENES PARA AUMENTAR LOS NIVELES DE SERVICIO DEL ÁREA DE VENTAS EN LA EMPRESA NEGOCIACIONES ENCALADA E.I.R.L. 2017", del (los) autor (autores) RAMON HUAMAN, ABIGAIL ALEJANDRA , constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender el Trabajo de Investigación / Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

Lima, 14 de julio de 2018

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
Conde Rosas Roberto Carlos DNI: 09447944 ORCID: 0000-0001-6908-9021	

