



UNIVERSIDAD  
PRIVADA  
DEL NORTE

# FACULTAD DE NEGOCIOS

---

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN COMERCIAL

“Influencia de las rutas de distribución para incrementar las ventas de recargas a celulares de la Corporación Moresa SAC, Zona II, Trujillo, 2017”

Tesis para optar el título profesional de:

**Licenciado en Administración y Gestión Comercial**

**Autores:**

Br. Arana Reyes, Manuel Alberto  
Br. Ugáz Chicoma, César Antonio

**Asesor:**

Mg. Robert Neciosup Guibert

Trujillo – Perú  
2018

## INDICE DE CONTENIDOS

<b>APROBACIÓN DE LA TESIS .....</b>	<b>II</b>
<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>III</b>
<b>AGRADECIMIENTO.....</b>	<b>IV</b>
<b>ÍNDICE DE CONTENIDOS.....</b>	<b>V</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>VIII</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>XI</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>XII</b>
<b>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>14</b>
<b>CAPÍTULO 2. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>21</b>
<b>CAPÍTULO 3. METODOLOGÍA.....</b>	<b>43</b>
<b>CAPÍTULO 4. RESULTADOS .....</b>	<b>48</b>
<b>CAPÍTULO 5. DISCUSIÓN.....</b>	<b>115</b>
<b>CAPÍTULO 6. CONCLUSIÓN.....</b>	<b>117</b>
<b>CAPÍTULO 7. RECOMENDACIÓN .....</b>	<b>119</b>
<b>CAPÍTULO 8. REFERENCIA .....</b>	<b>120</b>
<b>CAPÍTULO 9. ANEXO .....</b>	<b>124</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA Nº.01.</b> Distribución de los puntos de ventas en la Zona II, de la Corporación Moresa SAC .....	<b>45</b>
<b>TABLA Nº.02.</b> Distribución de la muestra de los puntos de ventas en la Zona II, Corporación Moresa SAC. ....	<b>46</b>
<b>TABLA Nº.03.</b> Tiempo de recorrido entre los puntos de ventas del Distrito de La Esperanza baja en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C .....	<b>51</b>
<b>TABLA Nº.04.</b> Tiempo de espera entre los puntos de ventas del Distrito de La Esperanza baja en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>51</b>
<b>TABLA Nº.05.</b> Tiempo de recorrido entre los puntos de ventas del Distrito de La Esperanza baja en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>51</b>
<b>TABLA Nº.06.</b> Tiempo de recorrido entre los puntos de ventas del Distrito Huanchaco en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>54</b>
<b>TABLA Nº.07.</b> Tiempo de espera entre los puntos de ventas del Distrito Huanchaco en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>54</b>
<b>TABLA Nº.08.</b> Tiempo de recorrido entre los puntos de ventas del Distrito Huanchaco en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>54</b>
<b>TABLA Nº.09.</b> Tiempo de recorrido entre los puntos de ventas del Distrito El Milagro en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>57</b>
<b>TABLA Nº.10.</b> Tiempo de espera entre los puntos de ventas del Distrito El Milagro en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>57</b>
<b>TABLA Nº.11.</b> Tiempo de recorrido entre los puntos de ventas del Distrito El Milagro en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>57</b>
<b>TABLA Nº.12.</b> Kilometraje de los distritos de la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>65</b>
<b>TABLA Nº.13.</b> Cobertura de visita en el Distrito de Huanchaco en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C... ..	<b>76</b>
<b>TABLA Nº.14.</b> Cobertura de visita en el Distrito El Milagro en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>78</b>
<b>TABLA Nº.15.</b> Tiempo de entrega en los puntos de ventas en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>79</b>
<b>TABLA Nº.16.</b> Venta semanal del mes de enero en la Corporación Moresa S.A.C.. ..	<b>81</b>
<b>TABLA Nº.17.</b> Venta semanal del mes de febrero en la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>82</b>
<b>TABLA Nº.18.</b> Venta semanal del mes de marzo en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>83</b>
<b>TABLA Nº.19.</b> Venta semanal del mes de abril en la Corporación Moresa S.A.C.. ..	<b>84</b>
<b>TABLA Nº.20.</b> Venta semanal del mes de mayo en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>85</b>
<b>TABLA Nº.21.</b> Venta semanal del mes de junio de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>86</b>

<b>TABLA Nº.22.</b> Venta semanal del mes de julio en la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>87</b>
<b>TABLA Nº.23.</b> Venta semanal del mes de agosto en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>88</b>
<b>TABLA Nº.24.</b> Venta semanal del mes de septiembre en la Corporación Moresa S.A.C.. ....	<b>89</b>
<b>TABLA Nº.25.</b> Venta semanal del mes de octubre en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>90</b>
<b>TABLA Nº.26.</b> Venta semanal del mes de noviembre en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>91</b>
<b>TABLA Nº.27.</b> Venta semanal del mes de diciembre en la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>92</b>
<b>TABLA Nº.28.</b> Ventas del mes de enero en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.. ....	<b>94</b>
<b>TABLA Nº.29.</b> Ventas del mes de febrero en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.. ....	<b>95</b>
<b>TABLA Nº.30.</b> Ventas del mes de marzo en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.. ....	<b>96</b>
<b>TABLA Nº.31.</b> Ventas del mes de abril en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C....	<b>97</b>
<b>TABLA Nº.32.</b> Ventas del mes de mayo de los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.. ....	<b>98</b>
<b>TABLA Nº.33.</b> Ventas del mes de junio de los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>99</b>
<b>TABLA Nº.34.</b> Ventas del mes de julio de los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>100</b>
<b>TABLA Nº.35.</b> Ventas del mes de agosto de los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.. ....	<b>101</b>
<b>TABLA Nº.36.</b> Ventas del mes de septiembre de los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C....	<b>102</b>
<b>TABLA Nº.37.</b> Ventas del mes de octubre de los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>103</b>
<b>TABLA Nº.38.</b> Ventas del mes de noviembre de los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>104</b>
<b>TABLA Nº.39.</b> Ventas del mes de diciembre de los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>105</b>
<b>TABLA Nº.40.</b> Clientes mensuales por distritos en la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C..	<b>112</b>
<b>TABLA Nº.41.</b> Confiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad en la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C....	<b>113</b>

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>FIGURA Nº.01.</b> Análisis clásico de los canales de distribución.....	<b>33</b>
<b>FIGURA Nº.02.</b> Estrategias básicas cuya combinación permite planificar sistema de distribución	<b>37</b>
<b>FIGURA Nº.03.</b> Administración en Ventas.....	<b>41</b>
<b>FIGURA Nº.04.</b> Organigrama de la Corporación Moresa SAC. ....	<b>49</b>
<b>FIGURA Nº.05.</b> Mapa de la Esperanza Parte baja. ....	<b>67</b>
<b>FIGURA Nº.06.</b> Mapa del distrito de Huanchaco.....	<b>70</b>
<b>FIGURA Nº.07.</b> Mapa del distrito de El Milagro.. ....	<b>73</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>CUADRO Nº.01.</b> Operacionalización de la variable ruta de distribución y ventas. ....	<b>43</b>
<b>CUADRO Nº.02.</b> Tiempo de recorrido entre los puntos de ventas del Distrito de La Esperanza baja en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>50</b>
<b>CUADRO Nº.03.</b> Tiempo de recorrido entre los puntos de ventas del Distrito Huanchaco de la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>53</b>
<b>CUADRO Nº.04.</b> Tiempo de recorrido entre los puntos de ventas del Distrito El Milagro de la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>56</b>
<b>CUADRO Nº.05.</b> Tiempo de retraso entre los puntos de ventas del Distrito de La Esperanza baja en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>59</b>
<b>CUADRO Nº.06.</b> Tiempo de retraso entre los puntos de ventas del Distrito Huanchaco en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>61</b>
<b>CUADRO Nº.07.</b> Tiempo de retraso entre los puntos de ventas del Distrito El Milagro en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>63</b>
<b>CUADRO Nº.08.</b> Distribución de los puntos de ventas de la Esperanza baja en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>66</b>
<b>CUADRO Nº.09.</b> Distribución de los puntos de ventas de Huanchaco en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.. ....	<b>68</b>
<b>CUADRO Nº.10.</b> Distribución de los puntos de ventas de El Milagro en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>71</b>
<b>CUADRO Nº.11.</b> Cobertura de visita en el Distrito de La Esperanza baja en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.. ....	<b>74</b>
<b>CUADRO Nº.12.</b> Cobertura de visita en el Distrito de Huanchaco en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.. ....	<b>75</b>
<b>CUADRO Nº.13.</b> Cobertura de visita en el Distrito El Milagro en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C....	<b>77</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>GRÁFICO Nº.01.</b> Tiempo de recorrido entre los puntos de ventas del Distrito de La Esperanza baja en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C .....	<b>52</b>
<b>GRÁFICO Nº.02.</b> Tiempo de recorrido entre los puntos de ventas del Distrito Huanchaco en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>55</b>
<b>GRÁFICO Nº.03.</b> Tiempo de recorrido entre los puntos de ventas del Distrito El Milagro en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>58</b>
<b>GRÁFICO Nº.04.</b> Tiempo de retraso entre los puntos de ventas del Distrito de La Esperanza baja en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>60</b>
<b>GRÁFICO Nº.05.</b> Tiempo de retraso entre los puntos de ventas del Distrito Huanchaco en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>62</b>
<b>GRÁFICO Nº.06.</b> Tiempo de retraso entre los puntos de ventas del Distrito El Milagro en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>64</b>
<b>GRÁFICO Nº.07.</b> Kilometraje de los distritos de la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>65</b>
<b>GRÁFICO Nº.08.</b> Cobertura de visita en el Distrito de Huanchaco en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>76</b>
<b>GRÁFICO Nº.09.</b> Cobertura de visita en el Distrito El Milagro en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>78</b>
<b>GRÁFICO Nº.10.</b> Cobertura de visita en la Zona II de la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>80</b>
<b>GRÁFICO Nº.11.</b> Venta semanal del mes de enero en la Corporación Moresa S.A.C.....	<b>81</b>
<b>GRÁFICO Nº.12.</b> Venta semanal del mes de febrero en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>82</b>
<b>GRÁFICO Nº.13.</b> Venta semanal del mes de marzo en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>83</b>
<b>GRÁFICO Nº.14.</b> Venta semanal del mes de abril en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>84</b>
<b>GRÁFICO Nº.15.</b> Venta semanal del mes de mayo en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>85</b>
<b>GRÁFICO Nº.16.</b> Venta semanal del mes de junio en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>86</b>
<b>GRÁFICO Nº.17.</b> Venta semanal del mes de julio en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>87</b>
<b>GRÁFICO Nº.18.</b> Venta semanal del mes de agosto en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>88</b>
<b>GRÁFICO Nº.19.</b> Venta semanal del mes de septiembre en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>89</b>
<b>GRÁFICO Nº.20.</b> Venta semanal del mes de octubre en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>90</b>
<b>GRÁFICO Nº.21.</b> Venta semanal del mes de noviembre en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>91</b>
<b>GRÁFICO Nº.22.</b> Venta semanal del mes de diciembre en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>92</b>
<b>GRÁFICO Nº.23.</b> Venta semanal de la Zona II en la Corporación Moresa S.A.C. ....	<b>93</b>
<b>GRÁFICO Nº.24.</b> Ventas del mes de enero en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa .....	<b>94</b>
<b>GRÁFICO Nº.25.</b> Ventas del mes de febrero en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa .....	<b>95</b>

<b>GRÁFICO Nº.26.</b> Ventas del mes de marzo en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa.	<b>96</b>
<b>GRÁFICO Nº.27.</b> Ventas del mes de abril en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>97</b>
<b>GRÁFICO Nº.28.</b> Ventas del mes de mayo en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>98</b>
<b>GRÁFICO Nº.29.</b> Ventas del mes de junio en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>99</b>
<b>GRÁFICO Nº.30.</b> Ventas del mes de julio en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>100</b>
<b>GRÁFICO Nº.31.</b> Ventas del mes de agosto en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>101</b>
<b>GRÁFICO Nº.32.</b> Ventas del mes de septiembre en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>102</b>
<b>GRÁFICO Nº.33.</b> Ventas del mes de octubre en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>103</b>
<b>GRÁFICO Nº.34.</b> Ventas del mes de noviembre en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>104</b>
<b>GRÁFICO Nº.35.</b> Ventas del mes de diciembre en los distritos de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>105</b>
<b>GRÁFICO Nº.36.</b> Ventas mensuales del distrito La Esperanza de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>106</b>
<b>GRÁFICO Nº.37.</b> Ventas mensuales del distrito El Milagro de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>107</b>
<b>GRÁFICO Nº.38.</b> Ventas mensuales del distrito Huanchaco de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>108</b>
<b>GRÁFICO Nº.39.</b> Ventas mensuales de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>109</b>
<b>GRÁFICO Nº.40.</b> Comparativa del 2016 y el 2018 de ventas mensuales por distrito de la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>110</b>
<b>GRÁFICO Nº.41.</b> Incremento y disminución de ventas entre el año 2016 y el 2018 en la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>111</b>
<b>GRÁFICO Nº.42.</b> Clientes del año 2016 y 2017 en la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>112</b>
<b>GRÁFICO Nº.43.</b> Confiabilidad, capacidad de respuesta y seguridad en la Zona II, en la Corporación Moresa S.A.C.	<b>114</b>



## RESUMEN

El objetivo general de la investigación es diseñar una estrategia en las rutas de distribución para las ventas de recargas a celulares de la Corporación Moresa SAC, Zona II, Trujillo, 2017. Para lo cual se utilizó un diseño descriptivo correlacional de corte transversal, no experimental de tipo cuantitativo; La población en estudio consta de 159 clientes, tomando una muestra de 66 distribuido equitativamente en los distritos de La Esperanza, Huanchaco, El Milagro, a través de una técnica de investigación y análisis de información de nivel primario y secundario aplicando como técnica la observación e indagación documental y un cuestionario se determinó que de los 3 distritos de la Corporación Moresa SAC., se afirma que el tiempo de traslado entre un punto de venta y otro en el Distrito de la Esperanza es de 75 minutos (1 hora con 25 minutos), en el Distrito Huanchaco es de 154 minutos (2 horas con 56 minutos) y en el Distrito del Milagro es de 176 minutos (2 horas aproximadamente). Así mismo el asesor de venta cuando llega a un punto de venta puede quedarse en el mismo a absolver preguntas, reclamos o pegando afiches, demorando aproximadamente en el Distrito de la Esperanza 82 minutos (1 hora con 36 minutos), en el Distrito Huanchaco 114 minutos (1 hora con 9 minutos) y en el Distrito del Milagro se demora con los clientes 119 minutos (1 hora aproximadamente). Siendo el tiempo de llegar de un punto de venta a otro el siguiente: En el distrito La Esperanza 157 minutos (2 horas con 61 minutos), Distrito Huanchaco 268 minutos (4 horas con 46 minutos) y en el último distrito El Milagro 295 minutos (4 horas aproximadamente).

Palabras clave: Rutas de distribución, Ventas de recarga.

## ABSTRACT

The general objective of the research is to design a strategy in the distribution routes for sales of mobile recharges of the Corporation Moresa SAC, Zone II, Trujillo, 2017. For which a cross-sectional descriptive design was used, not experimental of quantitative type; The population under study consists of 159 clients, taking a sample of 66 distributed equally in the districts of La Esperanza, Huanchaco, El Milagro, through a technique of research and analysis of information at the primary and secondary levels, applying as a technique the observation and documentary inquiry and a questionnaire it was determined that of the 3 districts of the Corporación Moresa SAC., it is affirmed that the transfer time between one point of sale and another in the District of Hope is 75 minutes (1 hour and 25 minutes) , in the Huanchaco District it is 154 minutes (2 hours with 56 minutes) and in the District of the Miracle it is 176 minutes (2 hours approximately). Likewise, the sales consultant when he arrives at a point of sale can remain in the same to answer questions, claims or posting posters, delaying approximately in the District of Hope 82 minutes (1 hour with 36 minutes), in the Huanchaco District 114 minutes (1 hour with 9 minutes) and in the District of Milagro it takes about 119 minutes for the clients (approximately 1 hour). Being the time to get from one point of sale to another the following: In the La Esperanza district 157 minutes (2 hours with 61 minutes), Huanchaco District 268 minutes (4 hours with 46 minutes) and in the last district El Milagro 295 minutes (4 hours approximately).

Keywords: Distribution routes, recharge sales.

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales.**

## CAPÍTULO 8. REFERENCIA

Armario M. (1999) *“Marketing”*. Editorial Ariel. España.

Carrillo R., (2017) *“Cuaderno de documentación de canales de distribución del Perú”*. Manuales de Canales de distribución en el Perú. Universidad de Lima. Perú.

Cevallos C., (2016) *“Plan de marketing para empresa CELL MARKET venta de celulares y accesorios en la ciudad de Catamayo”*. Para optar el título de administradora de empresa. Universidad Nacional de Loja. Loja – Ecuador.

Coyle J., (2013) *“Libro de administración de la cadena de suministros”*. 9vena Edición. Cengage Learning, México. 2012.

Cruz K. (2016) *“Marketing estratégico y su relación con la Gestión de ventas en la empresa Servtwc Solution, Cercado de Lima 2016”*. Para obtener el título profesional de licenciado en administración de empresas. Universidad César Vallejo. Lima – Perú.

Danhke, G. 1. (1989). Investigación y comunicación. En C. Fernández-Collado y G. L. Danhke (Eds.). *La comunicación humana: Ciencia social* (pp. 385-454). México: McGraw-Hill.

Díaz J., (2017) *“Mejora del proceso de picking atención tiendas en un centro de distribución de lima para elevar productividad en el año 2017”*, Para optar el título profesional de ingeniero industrial y comercial. Lima – Perú.

García, A. (2015) *“Herramientas para optimizar la gestión de distribución y logística”*. Profesor del curso online Gestión de Distribución y Logística del Programa de Especialización Ejecutiva de ESAN. Conexión ESAN. 04 de junio. Lima-Perú. Recopilado en: <https://www.esan.edu.pe/conexion/actualidad/2015/06/04/herramientas-para-optimizar-la-gestion-de-distribucion-y-logistica/>

Gonzalez S., (2017) *“Medición de las habilidades comerciales, y la validez y confiabilidad de un cuestionario elaborado para vendedores de aparatos celulares de World Line S.A.C., Lima, 2016”*. Para optar el título de licenciado en administración. Universidad San Ignacio de Loyola. Lima – Perú.

- El Comercio, (2018) *“Movistar acumula más de 170 mil líneas móviles en primer semestre”*. 18 de julio. Lima-Perú. Recopilado de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/movistar-acumula-170-mil-lineas-moviles-primer-semester-noticia-537476>
- El Comercio, (2018) *“Osiptel: Más de 712.000 usuarios migraron de operador móvil en julio”*. 09 de agosto. Lima-Perú. Recopilado de: <https://elcomercio.pe/economia/peru/osiptel-712-000-usuarios-migraron-operador-movil-julio-nndc-noticia-544862>
- Escuela de Periodismo UAM, (2017) *“La optimización de rutas y la geolocalización transforman la distribución de paquetería”*. Evolución en el Transporte. El País. 24 de julio. Madrid. Recopilado en: [https://elpais.com/elpais/2017/07/19/masterdeperiodismo/1500451954\\_295466.html](https://elpais.com/elpais/2017/07/19/masterdeperiodismo/1500451954_295466.html)
- Estrada M. (2007) *“Análisis de estrategia eficientes en la logística de distribución de paquetería”*. I. Redes de Distribución.
- Hernández R., Fernández C. & Baptista P., (2006) *“Metodología de la Investigación”* Cuarta Edición. McGrawHill. México.
- Hernández Y., (2016) *“Diseño de un sistema de ruteo de vehículos con múltiples depósitos en Empresas de Transporte de carga por carretera”*. Para obtener el título de ingeniero industrial. Universidad Francisco José de Caldas. Bogotá – Colombia.
- Inga C., (2018) *¿Cuántos clientes planea tener Inkacel para fin de este año?*. Dialogos del Día. El Comercio. 29 de enero. Lima – Perú. Recopilado de: <https://elcomercio.pe/dialogos-dia1/clientes-planea-inkacel-ano-noticia-492911>
- Jiménez & Quipuscoa (2016) *“Determinación de la rentabilidad por ruta en la Agencia de Transporte de Carga América S.R.L. en la ciudad de Trujillo aplicando un sistema de costos abc para el periodo de enero – febrero 2016”*. Tesis para optar el título profesional de contador público. Universidad Privada del Norte. Trujillo – Perú.
- Johnston & Marshall (2009) *“Administración de ventas”* Editorial Mc Graw Hill. México.
- Junta de Andalucía (2015) *“Técnicas de venta y comunicación comercial”*. Aptiva Soluciones. Consejería del Empleo.

- Koontz H. & Weihrich H. (1998) *“Administración Una Perspectiva Global”* Editorial mcgraw Hill, undécima Edición, México.
- Lambin J. (1995) *“Marketing Estratégico”*. Tercera Edición. McGraw-Hill. España.
- López, G. (2017) *“La logística en los canales de distribución”*. Retail. Punto de Venta. Informa BTL. Promociones, Activaciones y Below the line. 04 de octubre. Recopilado de: <https://www.informabtl.com/la-logistica-en-los-canales-de-distribucion/>
- Marín S., (2016) *“Sistema de rutas de distribución de productos de consumo masivo en el canal HORECA”*. Con mención para ingeniero comercial. Universidad de Chile. Santiago de Chile – Chile.
- Mendoza, M., (2017) *“Operadoras mantienen la guerra de ofertas de apps ilimitadas”*. Negocios. El Comercio. 03 de junio. Lima – Perú. Recopilado en: <https://elcomercio.pe/economia/negocios/operadoras-mantienen-guerra-ofertas-apps-ilimitadas-418094>
- Paz E., (2016) *“Determinación de la rentabilidad por ruta en la Agencia de Transporte de Carga América S.R.L. en la ciudad de Trujillo aplicando un sistema de costos abc para el periodo de enero – febrero 2016”*. Tesis para optar el título profesional de ingeniero de sistemas. Universidad César Vallejo. Trujillo – Perú.
- Pymes El Financiero, (2014) *“¿Quiere que su negocio sea un punto de recarga o le interesa trabajar en las nuevas firmas móviles?”*. 18 de noviembre. El Financiero. Costa Rica. Recopilado de: <https://www.elfinancierocr.com/pymes/quiere-que-su-negocio-sea-un-punto-de-recarga-o-le-interesa-trabajar-en-las-nuevas-firmas-moviles/MMAQA6MJS5H4BB7IFKMNDZ3YUU/story/>
- Ramírez, M. (2018) *“Optimización de rutas de distribución: el gran paso hacia la eficiencia y la sostenibilidad”*. Opinión. 10 de abril. El País.cr. Recopilado de: <https://www.elpais.cr/2018/04/10/optimizacion-de-rutas-de-distribucion-el-gran-paso-hacia-la-eficiencia-y-la-sostenibilidad/>
- Ramón J., (2017) *“Reglas básicas para planificar las rutas de transporte”*. Soluciones de Almacenaje. 01 de octubre. Mecalux Esmena. Recopilado en:

<https://www.mecalux.es/articulos-de-logistica/reglas-basicas-planificar-rutas-transporte>

- Rozo M., (2016) *“Estudio de factibilidad para la creación de un punto de venta de bienes y servicios de telefonía celular, internet, equipos y elementos electrónicos en la ciudad de Duitama”*. Para optar el título de Administración. Universidad Nacional abierta y a distancia- Colombia.
- Stanton, W. (1999) *“Fundamentos de Marketing”* Editorial Mc Graw Hill. Undécima edición; 1999, México.
- SDP Noticias, (2017) *“Soriana inicia servicio de telefonía móvil”*. Central Periodismo Irreverente. 26 de julio. México. Recopilado en: <http://www.periodicocentral.mx/2017/nacional-seccion/item/12737-soriana-inicia-servicio-de-telefonía-movil>
- Soto & Oruna (2016) *“Creación, Adaptación y propuesta de negocio de una empresa de venta y distribución de tarjetas prepago celular Telefónica Móviles”*. Para optar el grado de maestría en administración de Negocios. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Lima-Perú.
- Suarez, E., (2015) *“Otro día complicado para recarga de celulares y de la tarjeta Sub”*. La Ciudad. El Día. Recopilado en: <https://www.eldia.com/nota/2015-7-15-otro-dia-complicado-para-recarga-de-celulares-y-de-la-tarjeta-sub>
- Torres, L. (2017) *“Canales de distribución: La ruta perfecta de tus productos o servicio”*. Marketing. 24 de octubre. Recopilado en: <https://dolorestorresmx.com/2017/10/24/canales-de-distribucion-la-ruta-perfecta-de-tus-productos-o-servicio/>.
- Valera F., (2017) *“Sistema roadshow en la atención y programación de rutas del proceso de ventas del área de planificación y distribución de Cervecería San Juan S.A.”* Para optar el título de ingeniero de sistemas. Universidad Nacional de Ucayali. Ucayali – Perú.
- Vera J., (2017) *“Optimización de las redes de distribución del Servicio Postal Universal”*. Para optar el grado de doctorado en ingeniería gráfica y cartográfica. Universidad de Córdoba. Córdoba – España.