



FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“IMPLEMENTACIÓN DE MEJORAS EN LA GESTIÓN DE CADENA DE SUMINISTROS PARA LA DECISION DE COMPRA DEL CONSUMIDOR EN LA EMPRESA HUMBOLDT, SAN LUIS 2024”

Trabajo de suficiencia profesional para optar al título de:

Licenciada en Administración

Autor:

Kayla Milagros Peña Chocano

Asesor:

Mg. Roberto Carlos Estrada Zapata

0000-0002-0121-986X

Lima - Perú

2024

INFORME DE SIMILITUD






Página 2 of 60 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::1:3106687731

3% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Fuentes principales

- 3%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 1%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

-  **Texto oculto**
527 caracteres sospechosos en N.º de páginas
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.



Página 2 of 60 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid::1:3106687731

DEDICATORIA

A Dios y a mi papito Tito, que son mi guía.

A mis queridos padres y mi familia, por
estar siempre presente y alentándome, los amo

AGRADECIMIENTO

A Dios en primer lugar, por darme la capacidad
y sabiduría en afrontar los problemas.

A mis padres y docentes que siempre estuvieron
para apoyarme y asesorarme en cuanto lo necesite, gracias.

Índice

Jurado calificador	2
Informe de similitud	3
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
ÍNDICE	5
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	8
RESUMEN	9
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	10
1.1. Contextualización de la experiencia profesional	10
1.1.1. Datos generales de la empresa	12
1.1.2. Logo	12
1.2. Cultura Organizacional	13
1.2.1. Misión.....	13
1.2.2. Visión	13
1.2.3. Valores	13
1.2.4. Organigrama.....	14
1.2.5. Actividades de la empresa.....	14
1.2.6. Identificación del mercado de la empresa	19
1.3. Realidad problemática	20
1.4. Planteamiento del problema	22
1.5. Objetivos	23

1.5.1. Objetivo General	23
1.5.2. Objetivos Específicos	23
CAPÍTULO II: MARCO TEORICO	26
CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA	41
3.1. Descripción de incorporación a la empresa	41
3.2. Personal involucrado y funciones en el plan laboral	41
3.3. Descripción de la experiencia en la falta de registros de repuestos ..	42
3.4. Descripción de la experiencia en los procesos de comercialización de ..	42
3.5. Descripción de experiencia en demoras de importaciones de repuestos	42
CAPÍTULO IV: RESULTADOS	43
4.1. Desarrollo del Objetivo Especifico 1.	43
4.2. Desarrollo del Objetivo Especifico 2.	44
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	63
5.1 Conclusiones	63
5.2 Recomendaciones	64
REFERENCIAS	65
ANEXOS	67

Índice de tablas

Tabla N° 1: Datos generales de la empresa Humboldt Perú Trading, S.A.C.	12
Tabla N° 2: Servicios más requeridos en el taller	18
Tabla N° 3: Repuestos más cotizados y vendidos	19
Tabla N° 4: Principales TICs aplicadas a la gestión de almacenes	32
Tabla N° 5: Incoterms más utilizadas	34
Tabla N° 6: Personal involucrado en la implementación de mejoras dentro de la empresa.....	41
Tabla N° 7: Cuadro de actividades y su planificación	45
Tabla N° 8: Interpretación de Diagrama de proceso de compra de repuesto	54
Tabla N° 9: Interpretación de Diagrama de proceso de venta de repuesto en stock o a 1 día útil ...	55
Tabla N° 10: Interpretación de Diagrama de proceso de venta de repuesto en stock o de importaci..	56
Tabla N° 11: Evaluación del desempeño e impacto en las mejoras implementadas.....	58
Tabla N° 12: Tabla de Frecuencia respecto al desempeño e impacto de las mejoras implementad..	59
Tabla N° 13: Mejoras de las deficiencias en la cadena de suministros de la empresa Humboldt P..	62

Índice de figuras

Figura N° 1: Organigrama de Humboldt Perú Trading S.A.C.	14
Figura N° 2: Proceso de la cadena de suministros	30
Figura N° 3: Proceso de gestión de compra	36
Figura N° 4: Etapas del ciclo PDCA	38
Figura N° 5: Proceso del desarrollo de objetivos a la implementación de mejoras	43
Figura N° 6: Diagrama de flujo de compra de repuestos	51
Figura N° 7: Diagrama de venta de repuestos en stock o a 1 día útil	52
Figura N° 8: Diagrama de venta de repuesto en stock o, de importación	53

RESUMEN

En el presente trabajo de suficiencia profesional se plantea implementar mejoras en la gestión de cadena de suministros en base a mi experiencia en una empresa dedicada a la venta y compra de vehículos fabricados en Europa tales como BMW, Mini. Por ende, el proyecto se desarrolla en función a la problemática encontrada dentro de la empresa situados en los procesos de compra y ventas, los cuales son relacionados a las funciones del personal involucrado en el desarrollo de los procesos mencionados.

Después de varios estudios realizados, se asocio una manera eficaz de sujetar la investigación a través de los diagramas de flujo, puesto que se precisa la optimización y representación de los procesos en esquemas secuenciales para establecer el desarrollo de los mismos.

Asimismo, en la empresa en mención del rubro automotriz, también se encontraron problemas como la falta de disponibilidad de repuestos y sus retrasos en caso sean de importación. Bajo ese contexto, se refleja la deficiencia en el abastecimiento de los bienes conllevando a la insatisfacción de los consumidores por incumplir con los plazos de entrega brindados por el asistente logístico.

Por conclusión, el presente trabajo busca proporcionar la implementación de mejoras dentro de la organización, la cual permita resolver los retos logísticos actuales y por venir, sujetando las operaciones de manera mas eficiente siendo mas competitiva dentro del mercado y fortaleciendo las mejoras aplicadas.

PALABRAS CLAVES: Gestión de cadena de suministros, procesos logísticos, rubro automotriz, gestión de inventario, abastecimiento.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

En el primer capítulo se dará a conocer la descripción de la experiencia laboral, así como datos generales de la organización y su cultura, visión, misión y valores que identifiquen a la empresa automotriz estudiada en el presente informe.

1.1.Contextualización de la experiencia profesional

La incorporación a la empresa se dio el mes de febrero del 2022, cuando estaba en el noveno ciclo de la carrera de administración de empresas como practicante; la razón por la cual decidí postular a esta empresa se dio para avanzar en el rubro profesional adentrándome más en mi profesión poniendo en práctica los conocimientos y experiencias adquiridas en mi centro universitario para el desarrollo de gestiones administrativas en el ámbito laboral.

Ingresa como practicante en administración, realizando funciones como atender clientes y proveedores, emitir guías de remisión, facturas y/o boletas, notas de crédito, organizar y archivar documentos como base de datos de clientes, stock de productos y, recolección de información para abarcar más conocimiento y responsabilidades dentro de la organización.

Para inicios de junio del 2022, asumí el cargo de asistente de ventas, lo cual genero desarrollar mayores funciones como, pago a proveedores, recepción y pago de mercadería a cargo de DHL, clasificar y rotular el inventario existente y que ingresan al almacén, control de repuestos en stock, revisar y supervisar el óptimo estado de materiales de oficina y mantenimiento de equipos electrónicos (laptops, celulares, POS). Asimismo, asistir a charlas organizadas dentro de la empresa como taller para una mejor capacitación respecto al rubro automovilístico y sus partes.

En diciembre del año 2022, culminé de manera satisfactoria mis estudios universitarios, graduándome como bachiller en administración de empresas, por lo cual obtuve mayores asignaciones como encargarme del dinero efectivo y encargarme del uso del mismo ya sea para pagos, devoluciones, envíos, entre otros; realizar cotizaciones de repuestos en proveedores nacionales como internacionales e iniciar con el proceso de importación lo cual sería el cálculo del flete, conversión de moneda e incluir ganancia tomando en cuenta el FOB inicial hasta el costo final.

Posterior a ello, se fue desempeñando con destreza las tareas encomendadas y, asumí el cargo de asistente administrativa al poco tiempo, lo cual empezó por conocer de manera más detallada el proceso de importación, tiempos, costos, y, poder ordenar según nivel de urgencia entre repuestos de importación con el tiempo de entrega ya vencidos y, próximos a vencer y realizar el pedido.

Asimismo, en los meses siguientes con el cargo asumido y, mejor capacitada gracias a charlas, practica y, ayuda de mis colegas fui abordando mayores funciones y responsabilidades importantes para el área logística de la empresa, como lo son las siguientes mencionadas:

- Registro y control diario de documentos como órdenes de pago, facturas, entre otros los cuales evidencien los ingresos y egresos para el área contable.
- Verificar diariamente mediante correo el estado de los repuestos en proceso de importación con proveedores internacionales como Schmiedmann, Rockauto, Autodoc, ECS Tuning, en caso haber algún retraso o, problemas en aduanas en la recepción de la mercadería.
- Mantener y actualizar el control de inventario, así como promover el marketing con el personal de ventas para promocionar los repuestos en stock, los cuales tienen que ser clasificados según anaqueles en al almacén y, por sus códigos correspondientes OEM en la base de datos de Excel.
- Llevar el registro de ventas para el control del mismo, con la finalidad de con ello conocer la ganancia/utilidad mensual para el correspondiente pago de comisiones al personal de ventas y, verificar el proveedor al que pertenece el repuesto demandado.
- Funciones varias que son encargadas por el jefe inmediato o, de atención urgente en la toma de decisiones.

Por tal motivo, debido a la experiencia y conocimiento obtenido, es que se da la iniciativa de realizar el trabajo de suficiencia profesional gracias al cargo asumido en la entidad Humboldt y las posibilidades de mejorar su gestión.

De tal modo, la empresa encargada de la venta de repuestos en el rubro automotriz Schmiedmann Perú inicio sus funciones en el año 2017 bajo la ley N° 501, mediante la razón social de Humboldt Perú Trading S.A.C., donde también brinda servicios de taller mecánica

a los consumidores que, en su mayoría son propietarios de marcas de autos como BMW, Mercedes, Mini, los cuales son vehículos para los cuales cotizamos repuestos a través de nuestros proveedores ya sea nacionales como internacionales, respecto a la venta de repuestos, también se comercializa con diversas marcas europeas, pero en su mayoría de casos, se cotiza y realiza demanda para BMW y Mini.

1.1.1. Datos generales de la empresa

Tabla N° 1: *Datos generales de la empresa Humboldt Perú Trading. S.A.C.*

Datos	Descripción
Razón social	Humboldt Peru Trading S.A.C.
Nombre comercial	Schmiedmann Perú / BHP Motorsport
Domicilio legal	Av. Manuel Villarán 458
Distrito	Miraflores
Provincia	Lima
Departamento	Lima
Actividad económica	Comercio exterior
Inicio de actividades	08/09/2017
Teléfono	996 839 788 / 947 189 480
Correo corporativo	marketing@bimmerhausperu.com

Nota: Elaboración propia.

1.1.2. Logo



Nota: Schmiedmann Perú.



Nota: BHP Motorsport Perú.

1.2. Cultura Organizacional

También llamada ética organizacional, es el compuesto que forman las empresas en función a la misma para el orden de la conducta social; asimismo, compone de normas sociales, costumbres y valores que incentivan al bienestar laboral para el progreso de la organización en el rendimiento de tareas como en sus metas planteadas. (Rodríguez, 2009).

1.2.1. Misión

Ofrecer al mercado peruano la mezcla de productos y servicios más completo, profesional y confiable para BMW y Mini, cuya calidad sea considerada equivalente a la del concesionario oficial.

1.2.2. Visión

Posicionarnos hacia el 2024 en el top of mind de talleres especializados en BMW y top 2 box en repuesteras para BMW.

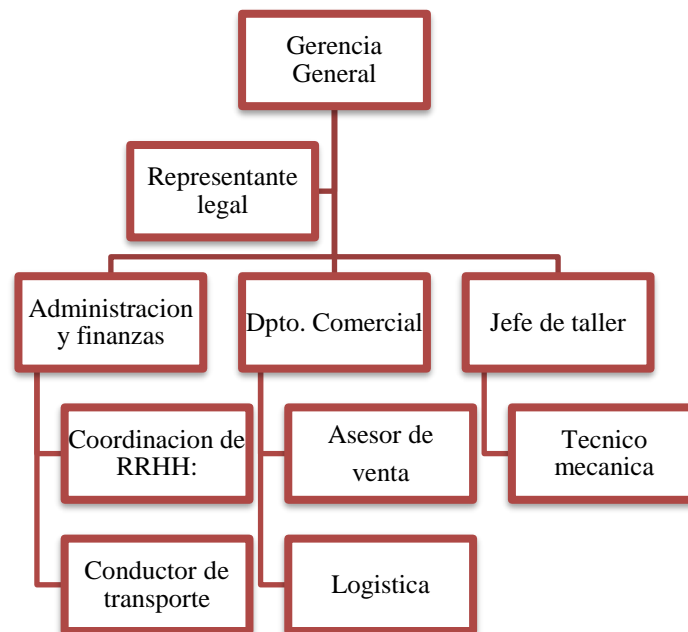
1.2.3. Valores

- Respeto; al mantener y practicar el reglamento interno de la empresa, a mis superiores y colegas al considerar sus opiniones y consideren las mías para mantener una óptima comunicación entre los individuos de la misma y, a nuestros clientes y proveedores para mantener la buena imagen corporativa.
- Compromiso; por involucrar a los integrantes a cumplir conjuntamente cada objetivo propuesto en la organización diariamente.

- Adaptabilidad; por actuar según la circunstancia lo requiera de manera efectiva sin considerar factores negativos con trabajo colectivo para superar con eficacia en conjunto todo cambio con éxito.
- Orientación al servicio; se considera importante la atención al cliente interno o externo mostrando empatía para la satisfacción de clientes dando respuestas a sus necesidades.
- Responsabilidad; con el cumplimiento de manera constante de tareas, entrega de información, así como también; poseer la capacidad de pensamiento crítico para las tomas de decisiones aceptando las consecuencias tomadas.

1.2.4. Organigrama

Figura N° 1: Organigrama de Humboldt Perú Trading S.A.C.



Nota: Humboldt Perú Trading S.A.C.

1.2.5. Actividades de la empresa

La empresa Humboldt Perú Trading S.A.C. está dedicada a la comercialización e importación de repuestos principalmente de su proveedor de Dinamarca, la empresa Schmiedmann, por ello también, se comercializa con el nombre de esa marca en Perú. Asimismo, a nivel local se cuentan con varios proveedores con los cuales hay contratos de

por medio por la cantidad de ventas; por tanto, se manejan diversos fletes, costos y ganancias para con cada proveedor ya que no con todos se tiene el mismo descuento, promociones y cantidad de demanda.

Aparte de comercializar repuestos para vehículos europeos tales como BMW, Mini y Mercedes Benz, también se cuenta con un taller mecánico, el cual se encuentra al lado de las oficinas y cuyos clientes que demandan repuestos para sus vehículos logran realizar la mano de obra en el concesionario de la empresa misma. Con respecto al área del taller, se ofrece una gama de servicios ya sean de mantenimiento, reparación o, diagnóstico general de los vehículos ingresados, a continuación, se mencionarán los principales servicios y bienes brindados por la empresa.

- Servicio de mantenimiento preventivo y de frenos:
 - Cambio de filtros.
 - Cambio de aceite.
 - Relleno de líquido de frenos y refrigerante.
 - Cambio de pastillas y sensores de freno.
 - Rectificación y cambio de discos de freno.
- Motor:
 - Diagnóstico de propulsión.
 - Afinamiento de motor.
 - Reparación, desmontaje y montaje de monoblock y culata.
 - Cambio de empaque de culata.
 - Cambio de kit de distribución.
 - Reparación del turbo.
 - Diagnóstico, cambio y programación de la Electrónica Digital del motor (DME)
 - Revisión de posibles fugas de aceite.
- Sistema de admisión de combustible y aire:
 - Limpieza, reparación y cambio de inyectores, bujías y bobinas de encendido.
 - Cambio de bomba de presión.
 - Cambio de Throttle.

- Revisión y cambio de cañerías del sistema de inyección de combustible.
- Revisión y cambio de cañerías de admisión de entrada de aire.
- Mantenimiento y mano de obra del arrancador.
- Sistema de refrigeración del vehículo:
 - Diagnóstico del sistema de calefacción del vehículo.
 - Revisión de posibles fugas de refrigerante.
 - Cambio de condensador, compresor de aire acondicionado.
 - Mantenimiento y renovación de radiador.
 - Cambio de cañerías del radiador.
 - Cambio de mangueras del sistema de calefacción.
- Sistema de dirección, embragues y suspensión:
 - Reparación o cambio de caja automática y/o mecánica de la transmisión.
 - Diagnóstico y reparación de suspensión delantera y posterior.
 - Cambio de amortiguadores, torretas y demás componentes de suspensión.
 - Diagnóstico y cambio de cremallera y terminales de dirección.
 - Cambio y restauración de los airbags del vehículo.
- Sistema electrónico y cambio de accesorios:
 - Reparación y codificación de paneles de instrumentos, velocímetros y pantalla táctil.
 - Cambio y programación de batería.
 - Cambio y reparación de faros, focos, neblineros, luces internas y externas del vehículo.
 - Diagnóstico y cambio del sistema de actuador de puertas y elevalunas.
 - Escaneo y diagnostico con escáner.
 - Cambio y pintado de manijas internas y externas.
 - Reparación y programación de módulo FRM.
 - Cambio de seguro de ruedas, aros, llantas y pintado.

Respecto a los bienes, tenemos:

- Repuestos de mantenimiento preventivo: filtros, aceite, bujías, refrigerante, líquido de frenos, agua destilada, agua limpiaparabrisas.
- Repuestos de sistema de frenos: pastillas de freno, sensor de desgaste de pastilla, discos de freno, calipers.
- Repuestos de suspensión: amortiguadores, torretas, bieletas, brazos tirantes, trapecios, bocinas, palieres, poncho de palieres, soportes de goma.
- Repuestos de dirección y embriague: cremallera, kit de embrague, terminales de dirección, eje de transmisión cardan.
- Repuestos electrónicos: pantalla táctil, focos led, CarPlay, sensores de parqueo, palanca de cambios, módulos, batería.
- Accesorios y carrocería para el auto: manijas internas, manijas externas, emblemas, tapas de pitón, spoilers, parachoques, biseles, tapas de remolque, set de pisos de jebe y alfombrados,
- Accesorios lifestyle: gorras, mochilas, lentes de sol, kit de viaje, vasos, llaveros, protector de asientos, protector de timón, case para llave, termos originales de BMW, guantes de piloto.

A continuación, se presentará un cuadro donde se detallarán los servicios y repuestos más solicitados y demandados por los consumidores:

Tabla N° 2: *Servicios más requeridos en el taller*

Servicios	Descripción	Precio (1-4 cilindros)	Precio (5-8 cilindros)
Escaneo / Diagnostico general	-Revisión de vehículo (fugas, fallas)	s/99	s/129
Cambio de aceite	-Filtro de aceite -Limpieza de base del filtro -Cambio de aceite y filtro	s/79	s/99
Mantenimiento menor	-Filtro de aceite y aceite -Filtro de aire -Servicio de Mantenimiento	s/190	s/249
Mantenimiento mayor	-Filtro de aceite y aceite -Filtro de aire y aire acondicionado -Bujías -Servicio de Mantenimiento	s/329	s/389
Servicio de frenos	-Discos delanteros / posteriores -Pastillas de freno delanteras / posteriores -Sensor de desgaste de pastilla -Servicio de cambio y rectificación	s/250 (por eje)	s/270 (por eje)
Reparación de motor / culata	-Desmontaje y montaje -Armado y toma de medidas de compresión	s/1,200	s/5,000
Cambio de radiador y mangueras	-Diagnóstico y cambio de radiador, mangueras	s/150	s/190

Nota: Elaboración propia.

Tabla N° 3: Repuestos más cotizados y vendidos

Repuestos	Precio marca Alternativa	Precio marca Original
Filtro de aceite	s/79 - Mann Filter	s/129 - BMW Original
Filtro de aire y a/c	s/79 - Mann Filter s/	s/219 - BMW Original
Bujías	s/79 - Mann Filter c/u	s/119 - BMW Original c/u
Radiador	s/980 – Nissens	s/1,700 - BMW Original
Pastillas de freno	s/555 – Ate	s/870 - BMW Original
Discos de freno	s/720 – Ate	s/1,090 - BMW Original
Sensores de motor	s/125 – BBR	s/320 - BMW Original c/u
Empaques de motor	s/145 – ElRing	s/179 - BMW Original c/u
Inyectores	s/490 - Bosch c/u	s/920 - BMW Original c/u
Mangueras de radiador	s/279 – Febi	s/539 - BMW Original
Batería	s/990 – Varta	s/2,100 - BMW Original

Nota: Elaboración propia.

1.2.6. Identificación del mercado de la empresa

La empresa ofrece diversos servicios y venta de repuestos y accesorios para vehículos en su mayoría europeos tales como: BMW, Mini, Mercedes Benz, Audio, Volkswagen, siendo el primero de estos, la principal marca de autos con el que se comercializa y, se tiene mayores clientes de la misma. Es así que el mercado para el cual va dirigido es hacia el rubro automotriz perteneciente a los segmentos A, B y C dentro del mercado.

Por tal motivo, se describe al público objetivo de la empresa en su mayoría de nivel de ingreso socioeconómico elevado y de preferencias en vehículos de alta calidad, basándose en el performance y prestigio de la marca de alta gama. Asimismo, para los consumidores es muy complejo hallar los bienes y servicios en una empresa / taller de confianza y especializado en ello, lo que genera una vez contactado y atendido por la entidad, se vuelve un cliente frecuente, el cual recomienda a sus familiares y amistades sobre la entidad para que también puedan ser beneficiados. Es así que, a través de las sugerencias entre conocidos se da también el ingreso de nuevos posibles clientes a la empresa.

1.3. Realidad problemática

“La logística se ha convertido en una ventaja muy competitiva en la actualidad, repleta de novedosos avances tecnológicos, diversos métodos de distribución y de una mayor exigencia de parte del cliente. Lo cual, determina a las empresas a ser más eficientes y productivas en los procesos de la cadena de abastecimientos y de tal manera, poder competir a nivel local e internacional a través de una buena gestión” (García, 2016, pág. 28).

Ciertamente, según (Guadarrama y Rosales, 2015, pág. 4), considera que la gestión en relación con los clientes es una de las mayores fortalezas de la administración empresarial contemporánea. Ya que, conocer las necesidades los diferentes gustos, preferencias y capacidades de los demandantes, conduce a la organización el desarrollar un sistema de comunicación innovador que pueda generar información útil para una toma de decisiones en beneficio de ambas partes. Dado que, cada vez existe mayor competencia en el mercado, es importante saber satisfacer las necesidades de los clientes y brindarles una atención personalizada y con ello poder otorgarles una agradable experiencia de compra, eso es lo que hace la diferencia entre una empresa u otra. Por esta razón, es esencial que exista una buena relación entre cada proceso de la cadena de suministro, abarcando desde el punto de origen hasta el mismo consumo del bien o servicio que se trate, lo cual permitirá, a nivel de gerencia, poder adquirir e incrementar la competitividad y rentabilidad entre las demás organizaciones (Manrique et al., 2019, pág. 2).

De igual manera, el autor nos señala que el fin de una integración de la cadena de suministro (ICS) es armonizar las exigencias de los clientes con flujos de materiales de los proveedores, con el propósito de ejecutar un equilibrio entre el servicio al cliente, la alternación en los inventarios y el costo unitario del bien.

De acuerdo a lo anterior, se resalta que es preciso conllevar una buena gestión administrativa para mantener el equilibrio percibiendo en tiempo real los productos en almacén e inventariarlos, para que gracias a ello, se otorgue un óptimo servicio al cliente presumiendo los que se encuentren disponible en ese momento para ofrecerlos al instante y sea una venta rápida ya que la mayoría de comensales requieren de urgencia lo que soliciten, esa es la manera más eficaz de lograr una decisión de compra por tener stock inmediato. Sin embargo, el ignorar o no estar al pendiente con las mercaderías en los registros o, no contar

con un bien a disposición haría que los consumidores opten por no realizar la compra y prefieran a otros proveedores cuyo almacén si cuenta con existencias.

Dado lo anterior, es considerable estimar una metodología de compra-venta debido a que se precisa saber cuáles son los productos más demandantes y cuales son adquiridos con menor frecuencia, lo que denota según evaluación es que el uso de bienes, frecuencia y posición de compra hace más eficiente la gestión porque al consultar o acercarse a comprar un cliente el tener en stock para entrega inmediata crea cierta fiabilidad entre consumidor y la organización ya que, ciertamente cuando se requiere el anticipo un pago sin tener aun el repuesto o, que se tenga que esperar un día útil el producto siendo consumidor nuevo, no genera la confianza que se tendría que dar a primera visita.

Asimismo, en la mayoría de las gestiones de las cadenas de suministro, las necesidades de los clientes se transfieren a través de los pedidos. El proceso de los cuales se involucra todos los periodos de coordinar las exigencias de los clientes, entre los que se rescatan inicialmente la admisión del pedido, su venta, la comercialización, la facturación y, la entrega del bien final. Las diferencias técnicas estratégicas dentro de una organización pueden ser favorables tanto como sea la capacidad de procesamiento de desarrollo del producto

(Cobos, 2019), señalo que la cadena de suministros es una labor notable y metódica ya que, se basa más allá de solamente el abastecer los bienes o, del embalaje, también trata de cómo es el mercadeo del producto desde que la mercadería este en disposición para la entrega a su demandante a cómo proceder a realizar una óptima administración del almacén dependiendo de la productividad y flujo.

Respecto a lo anterior mencionado, nos demuestra que la gestión en mención, permite ver más allá de realizar inventario o almacenar algún producto, sino que hay más factores como el transporte, la distribución de los bienes, el uso eficiente del control de inventarios, almacenamiento y el servicio al cliente, todo ello, es de aspecto relevante ya que en toda área de la organización es importante que exista conexión entre todas las áreas involucradas, optimizar funciones y cumplir con los tiempos de entrega brindados a los consumidores para llevar a cabo una buena estrategia logística desde la primera comunicación con el cliente hasta el termino de entrega del bien final al mismo.

Por lo cual, se reconocen diversos problemas en la gestión de cadena de suministros dentro de la empresa Humboldt Perú Trading S.A.C., lo cual se debe a que el sistema logístico se encuentra mal organizado, lo que produce la insatisfacción con el servicio por parte de los consumidores; de los cuales, los más comunes son los retrasos en los tiempos de entrega de los repuestos, mala coordinación en las funciones ya que no hay existencia de un documento donde se detallen las funciones y actividades de los colaboradores en el puesto laboral; asimismo, demoras en el proceso de importación de repuestos, siendo este último uno de los mayores problemas por el cual los consumidores optan por la competencia, ya que se cuenta con disponibilidad inmediata y, sus tiempos de entrega son menores a los nuestros lo que genera quejas en la demora de llegada de sus repuestos reduciendo el nivel de satisfacción de los consumidores por las molestias y con ello, negar una decisión de compra futura

1.4.Planteamiento del problema

1.4.1 Problema General

- ¿Cómo es la implementación de mejoras en la gestión de cadena de suministros para la decisión de compra del consumidor en la empresa Humboldt Perú Trading S.A.C., en San Luis?

1.4.2 Problemas Específicos

- ¿De qué modo afecta la planificación respecto al abastecimiento y estandarización en la decisión de compra del consumidor en la empresa Humboldt Perú Trading S.A.C.?
- ¿De qué manera la optimización de procesos en la cadena de suministros puede mejorar su gestión logística en Humboldt Perú Trading S.A.C.?
- ¿Cómo fue el impacto en la aplicación de mejoras para los procesos de compra y venta de repuestos en Humboldt Perú Trading S.A.C.?

1.5.Objetivos

1.5.1. Objetivo General

- Implementar mejoras en la gestión de cadena de suministros para la decisión de compra del consumidor en la empresa Humboldt Perú Trading S.A.C. en San Luis.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Reconocer y evaluar los procesos a mejorar en la empresa Humboldt Perú Trading, San Luis.
- Diagnosticar y planificar la implementación de las mejoras para su desarrollo en el proceso óptimo de cadena de suministros en la empresa Humboldt Perú Trading, San Luis.
- Proponer e implementar procesos administrativos para un mejor control en el establecimiento de las funciones del personal en la empresa Humboldt Perú Trading, San Luis.
- Evidenciar el impacto dada la implementación de mejoras para el óptimo proceso de la gestión de cadena de suministros en la empresa Humboldt Perú Trading, San Luis.

1.6. Justificación

La finalidad que incito a indagar sobre la problemática en el área de gestión de cadena de suministros en la empresa, se da porque es de conocimiento que para toda organización es importante conocer las necesidades de los clientes para en base a ello saber satisfacer las necesidades y preferencias logrando así la decisión de compra del consumidor. Por tal motivo, se investigó en la empresa Humboldt Perú Trading S.A.C. y se pudo percibir que no se cuenta con una buena gestión logística implementada ya que no se lleva un registro de stock actualizado, demoras en tiempos de entrega y mala comunicación entre áreas principalmente; respecto al registro, es de importancia saber que productos son los que se tiene al alcance y los más solicitados por los clientes para al momento de contactar con la empresa, se pueda ofrecer a través de la cotización los bienes requeridos por los mismos en stock sin dudas o, buscar físicamente en almacén el

repuesto para comprobar si realmente se tenga disponible o, el inventario no está actualizado, no se tenga en stock en el momento.

Otro de los inconvenientes que existe en la organización es la demora en los tiempos de entrega de llegada de los repuestos a importar, ello genera molestias y a veces hasta devoluciones de dinero por los retrasos de productos a entregar, lo que produce molestias en nuestros clientes directos y proveedores (en su mayoría talleres) por los retrasos ocasionados. Asimismo, no existe una buena comunicación entre las áreas de la organización, principalmente en los procesos de la misma, ello se denota por la falta de coordinación desde que se inicia una venta, hasta la entrega del repuesto / servicio entregado al consumidor; por lo cual, se obtiene como uno de los objetivos del presente proyecto proponer la aplicación de herramientas y manuales administrativos para un mejor control en el establecimiento de las funciones de los colaboradores.

1.7.Limitaciones

En el presente informe se manifiestan diversas limitaciones, uno de ellos es la escasez del tiempo otorgado a la investigación por la carga laboral y el horario del mismo; también, se tuvo incertidumbre respecto a si los involucrados iban a estar de acuerdo en la aplicación de nuevas funciones y, la modificación de algunas de ellas para lograr las mejoras que se planean implementar; así como también, la falta de comunicación entre las áreas retrasan o, pueden alterar información respecto a los procesos involucrados.

1.8. Alcance de la investigación

El presente informe se basa en el diagnóstico de la implementación de mejoras en la gestión de cadena de suministros en la empresa Humboldt Perú Trading S.A.C., donde se presentaron análisis para la resolución de la problemática respecto a las demoras de importación de los repuestos, deficiencia en los procesos de venta y compra de bienes y, además la falta de coordinación entre las áreas involucradas. Para lo cual se propone la implementación de mejoras, la cual será de beneficio para la optimización de procesos, aportando de esta manera a la empresa en mención en el progreso de la misma reforzando su posición en el mercado del rubro automotriz en vehículos BMW y Mini, generando mayor productividad y el aumento de coordinación entre los colaboradores de la

organización para su desarrollo. Asimismo, se aplica una metodología de tipo descriptivo, por lo que se buscar aplicar e implementar procesos de mejora en la empresa automotriz para mejoras en su gestión de cadena de suministros. La información del estudio será recolectada según las variables del informe para la precisión de lo que abarca la gestión de cadena de suministros para la descripción de sus componentes y el personal involucrado.

CAPÍTULO II: MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes

A nivel internacional

A nivel global, se comprende que la gestión de cadena de suministros es importante en toda entidad porque en base a la administración de la misma, es que se planifica una estructura organizada lo cual es de utilidad para la optimización de los procesos a seguir y, llevar a cabo la decisión de compra del consumidor. Es de esta manera que, (Ramírez, 2020), justifico a través de una revisión literaria de tipo descriptiva fijada en el estudio de artículos publicados entre el 2014 y 2020, siendo la aportación del mismo explicar acerca de las necesidades en el presente respecto a la logística para el progreso de la sostenibilidad en la cadena de suministro colombiana; lo que se recalca de ello es que la gestión mencionada se debe actualizar en base a preferencias y necesidades aprovechando las nuevas tendencias y usándolas para el beneficio de la gestión.

Asimismo, (Manrique et al., 2019) en su informe el cual tuvo como referentes teóricos a investigadores como Ballou, Chopra y Meindl, menciona que la gestión de cadena de suministros depende de la capacidad de involucración e integración de todas las empresas involucradas en el proceso, cada una de ellas es necesaria para cumplir con los estándares de la gestión como: abastecimiento, producción, comercialización. Es relevante lo anterior mencionado ya que cada fase ya que relaciona las áreas involucradas en la organización para el incremento de la productividad haciéndose más competitivo y factible en la participación dentro del mercado internacional o global.

Por su parte (Arango, 2021), en su artículo de investigación, menciona y se tuvo como finalidad conocer la importancia y oportunidades de mejora que genera la inteligencia artificial aplicándose a la cadena de suministro en sector bananero Colombiana; la metodología que se aplicó a este informe para la recolección de datos consta de seis pasos donde se obtuvo 72 investigaciones; donde se concluyó que en la cadena de suministros requiere de inteligencia artificial (IA), para el mejor desempeño de las funciones, así como mejorar la comunicación entre áreas y proveedores ya sean locales o, de mayor nivel de incertidumbre, los proveedores

internacionales, con lo cual, gracias a la inteligencia, se puede realizar mejor búsqueda y selección de los mismos y, en general evaluar los factores de riesgo dentro de los procesos para poder corregirlos.

(Kossmann, 2020), tiene como propósito observar la toma de decisiones de los clientes respecto a las demandas de un comercio justo precisamente del café, producto el cual lleva mucho tiempo dentro del mercado y con potencial para continuar aumentando su valor, se tiene de este informe una participación de minoría del 3%, que posee una limitada representación en las canastas del adquisidor. Para esto, se realiza un estudio empírico el cual comprende una secuencia de entrevistas con expertos en marketing de comercio justo, y una revisión sistemática de la literatura de acuerdo con 3.425 artículos, de los tantos 43 resultaron referentes para la incorporación en el estudio. Se implementó como aplicación el Test de Asociación Implícita lo cual dio como efecto que las posturas de los consumidores no cambian dados los intentos de compra, sino que se cambia de acuerdo al trato que perciben por los vendedores y de la calidad de servicio otorgado hacia los mismos.

Bustamante et al. (2021), en su proyecto tiene como finalidad estructurar los factores internos y externos que influyen en la decisión de compra del consumidor en la industria textil en la ciudad de Bogotá, destinando al estudio un tipo de diseño descriptivo comparativo de carácter cuantitativo por lo que tiene como instrumento un cuestionario aplicado a una muestra de 150 jóvenes mayores de edad situados en la ciudad de Bogotá y aledaños. De acuerdo con los resultados, se obtiene que la mayor parte de los consumidores se basan en las preferencias por las prendas como la moda, calidad, diseño y el marketing, ello es lo que determina al consumidor optar por una demanda de la misma; asimismo, se deduce que los consumidores optan por una marca bien posicionada en el mercado, y den prioridad a las muestras y marcas internacionales que son las que generan mayor utilidad y agrado en la sociedad.

Intriago (2023), comenta sobre la importancia de planificación en la empresa XYZ, importadora de maquinarias y repuestos, para el aprovisionamiento de sus productos a comercializar y del óptimo uso de recursos; para lo cual se realizó entrevistas a los colaboradores involucrados en el abastecimiento de los bienes de venta directa y postventa; a través de indicadores financieros como: costos operativos, cuentas por pagar y cobrar y, la gestión de inventario.

A nivel nacional

A nivel nacional, se encuentran también investigaciones efectuadas. El autor (Varas, 2022), se indaga establecer la influencia de un modelo de gestión por proceso en la cadena de suministros en la empresa Agropecuaria Rio Mayo, ejecutándose el estudio de tipo cuantitativa y de diseño pre experimental utilizando como técnicas de recolección de datos la observación, análisis documental y la entrevista. La cual, estuvo constituido por los procesos vinculados a la cadena de suministros y 8 trabajadores del personal administrativo; y conseguir con ello una consecuencia progresiva significativa en los sucesos de recepción, los indicadores que son parte de la tasa de cobertura ($p=0.00<0.05$) y la duración del inventario ($p=0.00<0.05$) incrementaron en 89.16% y el stock medio ($p=0.001<0.05$) en 98.86%; por lo cual, después de la activación del nuevo modelo de gestión por procesos se tiene un aumento en la utilidad favoreciendo a los indicadores tales como el VAN, TIR y PR en la factibilidad y sostenibilidad de las consecuencias en el accionamiento.

Por otra parte, (Tirado, et al., 2021) exponen como el propósito principal en su estudio, incrementar las exportaciones de uva de la empresa Sociedad Agrícola San Agustín de Zaña S.A. haciendo una mejora en la gestión de la cadena de suministros fraccionado en tres procesos: abastecimiento, utilidad y disposición. La metodología que se empleo es de tipo descriptiva con un enfoque mixto y diseño no experimental, usando, así como instrumento la entrevista realizada a los colaboradores del área logística. Respecto a la muestra, por ser limitada, ha sido mezclado por los procesos de la Cadena de Suministro. Los resultados del estudio, se da que la empresa examinada no tiene un buen manejo de control de inventarios, plan de aprovisionamiento, ya que le falta planificación y organización en los procesos, y, es necesario poner en marcha un monitoreo persistente para lograr incrementar el nivel de productividad y eficacia para minimizar la merma, de tal manera que mejora el potencial en el sector agro industrial.

Moscoso (2019) manifiesta sobre la relación entre la cadena de suministros y la gestión de cadena de suministro y administración de stock, siendo la misma de tipo aplicada, de diseño de investigación no experimental de corte transversal de nivel descriptivo-correlacional, implementando un método hipotético-deductivo, para conseguir los datos se obtuvo instrumento la encuesta, siendo la herramienta de cuestionario dadas por las variables antes

mencionadas, desarrollando la Escala Likert con 5 categorías. De igual forma, se utilizó el programa estadístico SPSS versión 25.0 para utilizar la prueba piloto que logre la validación de los instrumentos utilizados mediante la confiabilidad del Alfa Cronbach. En este caso la población y la muestra fueron compuestas por 100 empleados de la empresa.

Hidalgo et al., (2023), precisan en su estudio sobre las deficiencias encontradas en una empresa dedicada a la venta y compra de vehículos automotrices para lo cual, se presentó el modelo SCRAM para diagnosticar las falencias de la organización y a través de ello brindar mejoras respecto a los factores más importantes que afecten a las deficiencias dentro de la logística en el estudio. No obstante, para verificar las mismas, se aplicó encuestas y entrevistas a los puestos de mayor rango dentro de la organización de enfoque cualitativo con un muestreo no probabilístico, más sino un referente estadístico. Posterior a ello, se sugiere propuestas de mejora que puedan ser eficaces y, que se consideren las tendencias del mercado aprovechando los recursos y lograr satisfacer las necesidades de los clientes.

Silva et al. (2024), en el trabajo de suficiencia profesional, se manifiesta la necesidad de reducción de tiempos de importación por los retrasos ocasionados lo cual genera alteración en la satisfacción del cliente y de los costos operativos; para lo cual, se hizo un informe con enfoque cualitativo ya que se realizó entrevistas a los colaboradores y se obtuvo información de los datos internos y de la empresa, así como fuentes de investigación. Asimismo, se plantea implementar métodos que ayuden a optimizar la gestión logística y de inventarios para obtener una ventaja frente a la competencia y aumentar la satisfacción del cliente; lo que se concluye es que es necesaria la implementación de métodos de pronóstico como la gestión de inventarios y Sales & Operations Planning (S&OP), lo cual contribuye a la precisión de los tiempos y su pronóstico, así como, optimizar la gestión de inventarios para la reducción en los tiempos de demora de importación y el aumento de disposición de repuestos para mantenerse en el mercado local.

2.2. Bases Teóricas

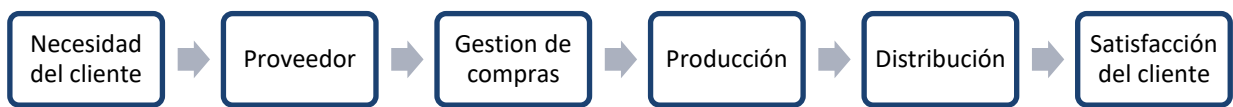
Gestión de la cadena de suministros

-Definición de la gestión de cadena de suministros

La cadena de suministro según (Chopra y Meindl, 2008), está constituida por las partes involucradas de forma directa o indirecta en la satisfacción de solicitud de un cliente. Ello

se debe a que para que la organización pueda tramitar de manera competente, cada área tiene que estar conectada, no solo el que produce y el consumidor final, sino todo el personal integrado ya sean los proveedores, almacenistas, encargados de la distribución y, vendedores, los cuales dan inicio con la solicitud de compra y ahí surge el proceso de la cadena de suministros.

Figura N° 2: *Proceso de la cadena de suministros*



Nota: Elaboración propia.

-Componentes de la cadena de suministro

Ballou (2004), señala que la cadena de suministro comprende de un sistema atípico de componentes, entre los que sujetamos al servicio de cliente, previsión demandante, canal de distribución, gestión de inventarios, gestión de almacén, procesamiento de pedidos, preferencia de la locación y organización de almacenamiento, compras, manejo de insumos devueltos, embalaje y, el medio de transporte. Lo anterior, cambio depende de la estructura que posea la empresa, puede haber diligencias realizadas en una y olvidar u omitir en otra, distinguiéndose en los movimientos de sus operaciones.

-Importancia de la cadena de suministro

Se determina que, la cadena de suministro es el componente estratégico, el cual nos permite optar por una mejor cooperación entre sus colaboradores y una buena relación de costo-beneficio; además, tramitar de manera eficaz los inventarios realizando seguimiento en tiempo real, mejor integración de las áreas incluidas, de manera simultánea entre proveedor-distribuidor para unir la demanda del cliente y, con ello obtener la ventaja operativa de la

organización logrando el objetivo de satisfacer las necesidades del cliente con tanta eficiencia como sea posible (Mora, 2018).

Gestión de inventarios

Los inventarios ante todo son importantes porque gracias a ello se puede anticipar y prevenir la escasez en el área de almacén de la empresa; ya que debido a ello se puede generar mejor rentabilidad en base al óptimo manejo de inventarios para sacar el máximo provecho del activo en la organización, así como de la comercialización e inversión para las ganancias futuras (Durán, 2012).

Gestión de almacén

Es el sistema que apoya a la administración en el flujo del proceso de la cadena de suministro por lo que conlleva a varias funciones, tales como: recepción, almacenamiento, administración de inventarios, procesamiento de órdenes, cobros y, la preparación para el despacho del producto.

Asimismo, cabe resaltar que para lograr oportunidades de mejora en cada proceso es necesario contar con las soluciones tecnológicas (TICs) que nos permiten ordenar y procesar información de manera activa y transparente. A causa de ello (Correa et al., 2010, pág. 11), nos explica que las TICs aplicadas en la gestión de almacenes se han convertido en un medio para poder agilizar y mejorar en el intercambio de información para la misma gestión ya que son utilizadas para identificar y llevar el conteo de los bienes existentes en el almacén.

Según lo investigado por los autores citados en el párrafo anterior, las principales TICs aplicadas son: ERP, WSR, MRP, Código de barras, el RFID, Pick to Light-Voice y LMS. Las cuales se describirán mejor en la siguiente tabla.

Tabla N^a 4: Principales TICs aplicadas a la gestión de almacenes

TICs APLICADAS A LA GESTIÓN DE ALMACENES	
WMS (Warehouse Management System)	El sistema WMS es una herramienta eficiente que nos va a permitir conocer la automatización del inventario en tiempo real, lo cual nos sirve para la adecuada administración de los productos como el control de lote, vencimientos, almacenamiento, evitar la escasez del producto y la asignación de ubicación de cada uno de ellos según la responsabilidad de cargo o función (Peláez Gómez & Acosta Strobel, 2021).
ERP (Enterprise Resource Planning)	Para SAP, principal proveedor de ERP, es un sistema de software que permite gestionar todos los productos y servicios a tiempo. Lo cual, es importante para que la gerencia visualice de manera inmediata el rendimiento de la empresa y pueda tomar decisiones oportunas y confiables.
Código de barras	Es un conjunto de estándares que sirven para la identificación única de productos dentro de la cadena de suministros de manera nacional e internacional, facilitando el proceso de comercio electrónico abarcando y dando inicio al rastreo y seguimiento del bien o servicio.
RFID (Radio Frequency Identification)	Esta herramienta nos permite evidenciar e identificar de manera automática los datos de productos mediante el uso de etiquetas, optimizando el proceso de contabilidad y el monitoreo de los mismos. (Tapia, Cueli, García, & Saavedra, 2007)
Pick to light y pick to Voice	Estos sistemas se usan en redes luminosas y sistemas de voz. <i>Pick to light</i> , conlleva a competente que cuenta con una serie de redes luminosas que son usadas para guiar al operario en brindar información como la ubicación del producto, cantidad requerida y, pulsando un botón el stock se actualiza inmediatamente. <i>Pick to voice</i> , se compone de un auricular y micrófono para recibir, transmitir y enviar mensajes cortos acerca de la operación que realice en tiempo real.
MRP I y MRP II	Sirve para el aprovechamiento de los recursos económicos y la rotación de activos en la mejora de gestión. Según los conceptos de (Berenguer et al., 2003), tenemos a: <i>MRP I</i> , es un software basado en planificar y controlar la producción y compra para analizar el nivel de inventario existente y considerar los componentes de cada producto. <i>MRP II</i> , tiene como propósito la planificación y el control de los recursos internos desde la fabricación al despacho del insumo.

Nota: Elaboración propia.

Empacado y manejo de materiales

Para los siguientes conceptos, Bowersox et al. (2007), nos detallan acerca del análisis y del porque dentro del almacén y mientras se desplaza por el canal de distribución, son importantes para la identificación y protección de los productos.

- ✓ Empacado; es de interés tanto para los clientes como para la organización ya que se debe tener cuidado en preservar la calidad del producto agrupándolas en cajas de cartón, bolsas, recipientes o toneles para ser protegidas contra daños; asimismo, debe estar diseñado para el procesamiento logístico eficiente determinado por las dimensiones, peso y fragilidad que pueda presentar el bien a trasladar o almacenar.
- ✓ Manejo de materiales; para un mejor uso del volumen del producto es necesario optar por útiles cuya finalidad sea facilitar el empaquetado y embalado del producto a destino; es así como se obtiene materiales como cintas de embalaje, papel film, cúter, tijeras, bolsas de todo tamaño, cajas de diversas dimensiones y rótulos de envío para su despacho correspondiente.

Cabe mencionar que contar con un buen diseño de empaque contribuye a la productividad optimizando las operaciones de cada proceso desde la carga en el transporte de origen hasta que llegue al consumidor final para evitar daños y deterioros de piezas que puedan resultar frágiles para la protección necesaria de las mismas.

Gestión de distribución y transporte

La distribución es parte del proceso de la gestión de cadena de suministro, la cual se encarga del traslado de los productos finales, ya sea del proveedor o fabricante, hasta el punto de venta o, envío del mismo. Es entonces que (Castellanos, 2009), describe la importancia de la gestión de distribución, también llamado *canal de distribución*, radica en la mejora del servicio al cliente ya que se les brinda ahorro de tiempo dependiendo también si el transporte a ser trasladado es por vía aérea, marítima o terrestre. Respecto a lo último mencionado, es a raíz de la distribución que se procede a la fijación del costo a pagar por el desplazamiento de un lugar de origen a lugar final de los productos y, para ello se requiere de calcular un *flete* para su comercio.

Flete: Es el precio del servicio que se le da al transportista encargado del traslado de productos. Según Cabrera (2020), es de importancia reconocer las incoterms ya que es parte de la logística internacional y se da a conocer los medios de transporte en lo que serían comercializados conforme a las características, tiempo, lugar y sentido de urgencia que se necesite para optar por alguna de ellas; es así que, hay diversas incoterms, algunas más utilizados frecuentemente en operaciones de comercio internacional son en función a: transporte utilizado, lugar de entrega y costos que asume el exportador. En el siguiente cuadro se resume las características de cada uno de ellas.

Tabla N°5: Incoterms más utilizadas

Incoterm	Transporte	Lugar de entrega	Costos del exportador
FOB	Marítimo	A bordo del buque designado por el comprador en el puerto de embarque. Riesgo: A bordo del duque	Embalaje, transporte interno, gestiones aduaneras y carga al duque.
CFR	Marítimo	El vendedor asume el coste y flete hasta el puerto de destino convenido. Riesgo: A bordo del buque	Embalaje, transporte interno, gestiones aduaneras, carga al medio de transporte y transporte internacional.
CIF	Marítimo	Vendedor asume coste y flete y una cobertura de seguro. Riesgo: A bordo del duque	Embalaje, transporte interno, gestiones en aduanas, carga al medio de transporte, transporte internacional y seguro.
CIP	Marítimo	Vendedor paga el transporte y luego, entrega la mercancía a un porteador contratado por el mismo. Riesgo: Primer transportista	Embalaje, transporte interno, seguro, pago de porteador, carga al medio de transporte, transporte internacional.

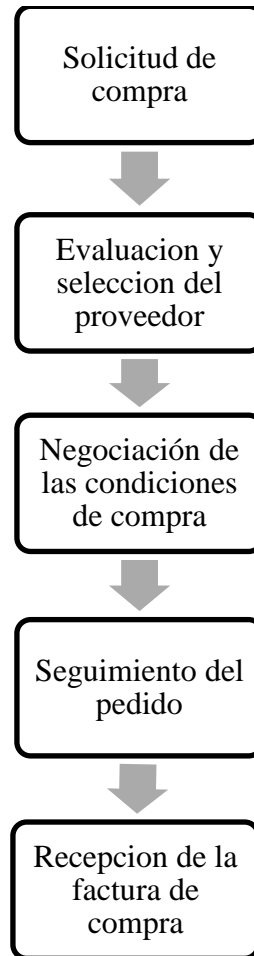
Nota: Elaboración propia.

Gestión de compras y abastecimiento

La gestión de compras constituye a la primera función de la cadena de suministro para satisfacer las necesidades del consumidor. Existen muchas compañías que su principal factor de conectividad se encuentra en el área de compras, debido a que cuentan con proveedores que ninguna otra entidad posee o, tiene exclusividad en la demanda de algún producto o simplemente su proveedor le otorga un precio de compra que marca la diferencia frente a la competencia (Díaz, 2017).

De igual manera, este proceso de la gestión de compras es muy complejo por lo que se debe estudiar previamente el mercado y reconocer a los mejores proveedores que ofrezcan la mejor calidad y precio de los recursos que se tienen que adquirir. Siguiendo con lo mencionado, Montoya (2010) nos determina que, para el desarrollo de esta actividad, se debe poner en funcionamiento una serie de procesos que inician con la necesidad del cliente y, concluye cuando el producto llega al almacén.

Figura N° 3: *Proceso de gestión de compra*



Nota: Elaboración propia.

Como se visualiza en la figura anterior, la fase inicia en primer lugar con la solicitud de compra, aquí es donde se manifiesta la necesidad de compra para luego realizar un documento interno que es la solicitud de compra enviada al departamento de compras. Procediendo con ello, se da la evaluación y selección del proveedor, lo que consta en solicitar información a diversos proveedores para evaluar las condiciones más relevantes y convenientes para la empresa como la buena calidad, menor plazo de entrega y, formas de pago que se adecuen a los requisitos por la empresa. Tras ello, se elige al proveedor y conjuntamente se origina la negociación para lograr un acuerdo que beneficie a ambas partes; posterior a ello, se lleva a cabo un seguimiento del pedido, ya sea de manera virtual o

presencial, para saber la evolución de la disposición del producto solicitado y verificar si el plazo de entrega ser el mismo a lo acordado o, no se cumplirá. Luego, en cuanto a la llegada de la mercadería, se procede a inspeccionar el producto realizado, cerciorándose de que la cantidad y calidad sean correctos para llevarlo al almacén. Finalmente, el ciclo de la compra culmina con la entrega del comprobante de pago ya sea boleta, factura o, confirmación del pedido, donde se detalla específicamente el producto entregado, así como los precios, marcas y tiempo de entrega para evidenciar la entrega correspondiente.

Logística del comercio internacional

Cano et al. (2010), expone que el transporte internacional es el traslado de mercaderías desde un punto origen "A" ubicado en un cierto país, hasta otro punto "B" situado en otro país distinto, teniendo en cuenta la protección física que debe tener los productos a trasladar tolerando manipulaciones en el trayecto en el almacenamiento. Asimismo, se debe tener en cuenta las características del producto y, del tiempo de demora, los días de retraso que puede tener un despacho de un lugar al otro para el uso correcto tanto del flete como de los medios de transporte utilizados en cada proceso. Además, es importante cumplir con los compromisos de adquisición y traslado de todos los medios que interfieren en el proceso aduanero para que cuando se pase por el control, se cuente con los papeles protegidos jurídicamente, así como, los tributos pagados según factura.

Mejora de procesos

La acción que se toma para enriquecer una actividad en el desarrollo y proceso de la ejecución de una determinada operación; así como presencia los aspectos fundamentales como la participación del personal involucrado, asignación de recursos o funciones de acuerdo al desempeño, compromiso de las áreas, desarrollo de tareas dadas, el continuo seguimiento y la evaluación de mejoras, por tanto, la planificación a corto y largo plazo de las mismas mencionadas.

Para lo anterior mencionado, se debe aplicar el ciclo de mejora continua PDCA (Plan, Do, Check, Act) hay cuatro etapas, en base a un concepto de Walter Shewhart; en lo que refiere las siglas, PDCA de **Plan, Do, Check, Act** (Planificar, Hacer, Verificar, Actuar).

Figura N° 4: *Etapas del ciclo PDCA*

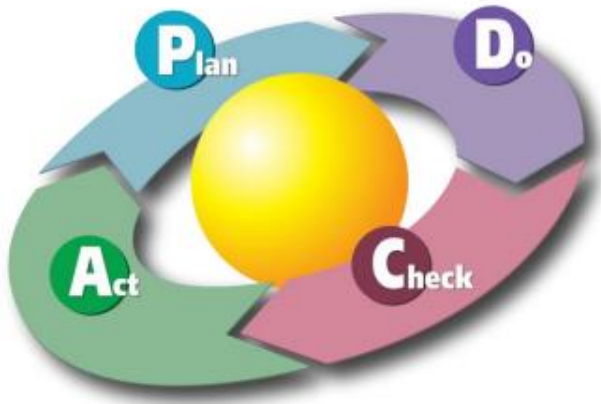


Diagrama de flujo

Es la esquematización grafica de flujos o series de procesos el cual, señala la secuencia del desarrollo de la actividad, las áreas o partes involucradas que hacen posible su ejecución; además la herramienta en mención, permite la comprensión de las determinadas fases y su debido funcionamiento para la mejora de los procedimientos dentro de la organización (Manene, 2011).

Decisión de compra

Dado que, un consumidor se comporta de diversas maneras según el tipo de producto de compra, sino que requiere un proceso para la toma de decisiones en el momento de elegir un insumo.

-Proceso de decisión de compra

Es un conjunto de actividades que estudia el comportamiento del consumidor de manera constante ya que no existe una sola perspectiva respecto a un tema porque se trata de la visión del ser humano, por tanto, se puede contemplar una variedad de perspectivas y cada una de ellas va a depender del entorno en cuanto a aspectos culturales, sociales, personales y psicológicos que pueda obtener cada individuo al momento de optar por la decisión de compra.

-Reconocimiento de la necesidad

Se conoce en este punto la insatisfacción del cliente dado su reconocimiento de la necesidad por darse inicio a una necesidad natural, como el sentir hambre o sed, o al sustituir algún producto que ha perdido su atractivo y, procede a la búsqueda de opciones para comparar con lo que desea conseguir.

-Satisfacción del cliente

Es preciso para una mejora constante, que el cliente es a quien le debemos satisfacer las necesidades ya que es parte primordial dentro de la empresa y, que el mismo este complacido con la atención brindada de la empresa, calidad del producto otorgado, cumplimiento del tiempo de entrega, nos permite establecer si la empresa va en crecimiento o, cosas por mejorar. Asimismo, de acuerdo con García (2021), se puede utilizar una herramienta para medir el grado de satisfacción del cliente de manera estratégica llamada Balanced Scorecard, la cual se emplea por muchas empresas para ejecutar un seguimiento en las acciones de la empresa y mejorar la comunicación dentro de las organizaciones con el objetivo de que sus colaboradores sepan sobre importancia de un buen servicio a los clientes para el cumplimiento de las metas.

Términos Básicos

- **Abastecimiento;** también conocido como abastecimiento, nos permite planificar, organizar y controlar acerca de los recursos de la empresa, sean bienes materiales para el comercio como también el equipamiento.
- **Gestión logística;** se encarga de crear estrategias para que los procesos logísticos se puedan desarrollar de manera más eficaz, desde el proveedor hasta el cliente final.
- **Gestión de almacenes;** radica en realizar proyección para el abastecimiento de productos en la organización, así como en agilizar las mercaderías de almacén para su correcta identificación y comercialización.
- **Inventario;** se basa en el registro de los bienes ingresados en almacén y conllevar el balance de las existencias para prevenir la escasez de las mismas.

- **Gestión administrativa;** es la asociación de tareas y actividades las cuales son coordinados para el flujo de recursos de la entidad para su uso eficiente y lograr los objetivos planteados que aporten a la mejora de toma de decisiones.
- **Procesos logísticos;** son las acciones las cuales nos va a permitir conocer todos los pasos que se da para el traslado de materias primas de la manera más eficiente posible.
- **Comunicación interna;** es el intercambio de información y datos relevantes que tienen los trabajadores en la empresa, lo cual significa que son los canales para que los procesos o actividades dentro de la organización sea notificado y coordinado entre los miembros.
- **Proveedor;** principalmente es el abastecedor o distribuidor autorizado quien proporciona las mercaderías a otra empresa para satisfacer la necesidad de la misma por falta de fabricación de la anterior.
- **Diagrama de flujo;** representación gráfica que refleja la serie de procesos en orden en el cual se desarrolla una actividad final, así como esquematizar la información para su aplicación e interpretación.
- **Confianza;** es el reflejo que demuestra credulidad ante algún echo u acción, así como la fiabilidad que se gana a través de acciones, experiencias y existencias.
- **Satisfacción del cliente;** se da cuando se cumple con las expectativas del consumidor, se mide a través de encuestas, informas, quejas y sugerencias.
- **Decisión de compra;** es la conclusión que puede brindar o denegar el consumidor sobre algún producto o servicio; dependiendo de la necesidad y opciones que pueda tener el cliente.

CAPÍTULO III: DESCRIPCIÓN DE LA EXPERIENCIA

3.1. Descripción de incorporación a la empresa

En el mes de febrero del año 2022 fui convocada a través del portal de trabajo Bumeran para iniciar labores como asistente de ventas en un proceso de selección a cargo del administrador Jonathan Valdivia Cabrera de la empresa Humboldt Perú Trading en el distrito de San Luis siendo contratada, y a través de los meses fui demostrando mi capacidad y desafiando los retos existentes para obtener el cargo en asistente administrativo/ logístico donde se logró tener mayor control y responsabilidad dentro de la empresa, así como planteamiento de mejoras para el área en estudio que es donde se encuentran mayores deficiencias y necesidades de mejora.

3.2. Personal involucrado y funciones en el plan laboral

En el presente trabajo de suficiencia profesional intervinieron personal administrativo y personal técnico de apoyo, los cuales accedieron a ejecutar la aplicación de mejoras propuestos para el desarrollo de una óptima gestión de cadena de suministros; motivo por el cual se hizo lo posible por mejorar la comunicación entre las áreas, asistencia puntual e incentivar a la aportación de ideas respecto a las funciones que se asignan y modifican de acuerdo al personal y su debida área.

Tabla N° 6: *Personal involucrado en la implementación de mejoras dentro de la empresa*

Nombre	Cargo	Área
Máximo Valdivia Aparicio	Representante legal	Administrativa
Jonathan Valdivia Cabrera	Gerente General	Administrativa
Rodolfo Prado	Asistente administrativo	Administrativa / Ventas
Jhosep Salas Quispe	Jefe de taller	Taller
Juan Manuel	Técnico	Taller

Nota: Humboldt Perú Trading S.A.C.

3.3. Descripción de la experiencia en la falta de registros de repuestos pedidos a proveedores

En la empresa Humboldt Perú Trading S.A.C., se dedica a la comercialización de repuestos, por tal motivo se cuenta con proveedores tanto locales como internacionales, en lo que han registrado problemas por falta de registros y precisión al momento de requerir un repuesto por lo que no se contaba con una lista respectiva de los bienes adquiridos a proveedores, lo cual dificultaba en el momento de saber a que proveedor pertenecía el repuesto a cambiar o devolver en ocasiones.

3.4. Descripción de la experiencia en los procesos de comercialización de repuestos

Previo a la implementación de mejoras respecto a los procesos, el personal involucrado en la cadena de suministros no contaba con un funcionamiento conciso ya que, no se determinaba las funciones claras a cada uno, así como el control de los mismos y la integración de las áreas plasmado para que esté listo a ejecutar. También, respecto a la venta de repuestos de proveedor local (mayormente Germsa), no se contaba con descuentos ofrecidos por el mismo a pesar que se solicitaba y facturaba repuestos constantemente, se llego a un acuerdo para la obtención mayor beneficio, pero aun, se tenia que pagar al momento para facturar el repuesto requerido.

3.5. Descripción de experiencia en demoras de importaciones de repuestos

Antes del desarrollo de mejoras para la importación de repuestos y los retrasos varios, el mismo administrador se encargaba de registrar y enviar correos a los proveedores, lo cual generaba demoras por lo que el encargado en deliberadas ocasiones, no lograba autorizar al distribuidor acerca de los pedidos a realizar. Además, de ello, no se informaba a los consumidores sobre el estado de importación de sus respectivos bienes, lo cual generaba molestias, inconformidades, para lo cual se le ofrecía descuentos o hasta envíos gratis dadas las molestias ocasionadas; pero, cuando se seguía aplazando los retrasos muchos de ellos ya optaban por la devolución del dinero, lo que era perjudicial para la empresa por lo que ya habían realizado pedido a los proveedores y el proceso de devolución a los mismos demora o, en ocasiones ya no es permitido.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

En la presente empresa en mención, la implementación de mejoras no se da de manera sencilla al comienzo ya que el personal está acostumbrado a cierta forma de trabajo sin pensar más allá de sus labores diarias o tareas que son encargadas por su jefe inmediato de manera más eficaz. Por lo mismo, para dar inicio a una mejora se dará la planificación de lo que serán las fases y de acuerdo a ello ir avanzando con el desarrollo de los objetivos expuestos, para con ayuda de diagramas donde se podrá plasmar el cumplimiento de cada uno, así como las funciones a ejercer dadas las siguientes etapas para el desarrollo:

Figura N° 5: *Proceso del desarrollo de objetivos a la implementación de mejoras*



Nota: Humboldt Perú Trading S.A.C.

4.1. Desarrollo del Objetivo Especifico 1.

Dado el primer objetivo, el cual es reconocer y evaluar los procesos a mejorar en la empresa aplicada; se busca evaluar los procesos principales a mejorar en la cadena de suministros de la organización, así como se cuestionó sobre las problemáticas encontradas dentro de la empresa, específicamente y más notable en el área de gestión señalada, tomando como base toda información existente y relevante de la misma, así como observar de manera directa y diariamente el desempeño del personal identificando así lo siguiente en el área:

- Excesiva documentación en el área como órdenes de compra, facturas, comprobantes de pago que son importantes, pero, ocupan espacio físico importante y acumulable.
- Demoras en los tiempos de entrega respecto a los repuestos de importación, por mala organización y no tener sentido de urgencia.

- Uso manual de registros de proveedores locales, los cuales son perdidos y, en caso hubiera alguna devolución por garantía de algún repuesto, se complica el encontrar el comprobante y validarlo con el proveedor verificando los datos del mismo y, tiempo de su facturación.
- Deficiente control de inventarios, solo se usa herramienta Excel para llevar la gestión del mismo y no es actualizado de manera periódica.
- Falta de manuales de funciones, organigramas ni mapa de procesos determinados incluyendo el área de taller.
- Carencia de comunicación entre el área administrativa y el área logística de la empresa sobre los implementos a requerir dentro de la organización.

Según lo mencionado anteriormente, la empresa posee una mala organización del registro y deficiente control de los recursos necesarios en la gestión de cadena de suministros de la empresa Humboldt Perú Trading S.A.C., lo que conlleva a que no se encuentren en su mayoría en stock en almacén o, se den demoras en su debido tiempo de importación el repuesto lo cual genera molestias e insatisfacción del cliente.

4.2. Desarrollo del Objetivo Especifico 2.

Para el desarrollo del segundo objetivo, se dará la planificación y organización del proyecto con la finalidad de describir al detalle las funciones y recursos a implementar para llevar a cabo el proyecto; por lo tanto, poder sistematizar funciones que se consideren necesarias, así como corregir los inconvenientes dados, para ello, se efectuara un plan cuyo desempeño y tiempos se presentan a continuación:

Tabla N°7: Cuadro de actividades y su planificación

Actividades	2022				2023				2024			
	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4	T1	T2	T3	T4
Observación de las áreas en la organización												
Reconocimiento de problemas a tratar												
Propuestas de mejora al jefe inmediato												
Primera reunión del personal involucrado												
Clasificación de prioridades en base al sentido de urgencia												
Implementación de flujograma de proceso de compra de repuesto												
Implementación de flujograma de proceso de venta de repuesto en stock												
Implementación de flujograma de proceso de venta de repuesto de import.												
Reporte del avance de los procesos implementados												
Modificación de los procesos a implementar												
Segunda reunión con el personal involucrado												
Evaluación con los involucrados del progreso de las mejoras implementadas												
Delegación y definición de funciones a cada personal involucrado												
Control de las actividades y mejoras implementadas												

Nota: Humboldt Perú Trading S.A.C.

Según el cuadro de la Tabla N°7, las actividades se dan inicio a través de la observación y análisis de los problemas encontrados dentro del área de gestión de cadena de suministros de la empresa Humboldt Perú Trading S.A.C. donde se encontraron los problemas ya antes mencionados y se propuso al jefe inmediato realizar un plan para poder implementar procesos, recursos para la obtención de resultados y rectificación de los inconvenientes a mejorar en la organización.

Asimismo, debido a ello se tiene la participación del personal involucrado antes mencionado el cual puso de su parte para la planificación y organización de las funciones, se realiza de esta manera la primera reunión para el surgimiento de nuevas propuestas para reconocer e identificar los problemas principales que se implican en el desarrollo de los procesos, ya sea para modificar y/o incorporar nuevos, estableciendo de ese modo pasos y pautas determinadas que se consideren necesarias para la consolidación de las mismas.

De este modo, en la primera reunión del personal involucrado, se presentaron los próximos pasos:

1. Se presenta el problema en discusión: Principal problema de la gestión de cadena de suministros en la empresa.
2. Se establecen y determinan los objetivos en la reunión: Implementar mejoras para los procesos de gestión de cadena de suministros y la decisión del cliente.
3. Se coordina y organiza al personal involucrado: Citar al personal integrado del área de gestión de cadena de suministros.
4. Se presentan ideas para la mejora de los procesos: Se describe lluvia de ideas para hacer y/o modificar los procesos para el desarrollo de una buena gestión.

Para conseguir la óptima solución de ello, fue esencial la participación de las partes involucradas generando buen clima organizacional, confianza, comunicación entre las áreas para el intercambio de información y, la toma de decisiones en conjunto.

4.3. Desarrollo del Objetivo Especifico 3.

Luego de proceder con la observación, análisis de los problemas encontrados y, con la participación del personal involucrado que hará posible el cambio para la mejora del área, se lleva a cabo tanto proponer e implementar mejoras como delegar las

tareas asignadas a los individuos con la finalidad de lograr la contemplación de una mejora organización estructural en los procesos para principalmente disminuir demoras en el tiempo de importación de los repuestos, mantener control del inventario, llevar registro real contable de ventas y reducción de tiempos de vehículos en taller, logrando con ello la satisfacción del cliente para una decisión de compra del consumidor.

Para realizar lo antes mencionado, procederemos con la describir los procesos de compra y venta de repuestos que se llevara a cabo para el establecimiento tanto de funciones como de las partes involucradas dentro de la organización.

➤ Proceso de compra de repuestos:

Las demandas de los repuestos se da inicio con la solicitud del pedido, ya sea deliberada por el área de ventas, taller o administración en base a las necesidades de los clientes y la disponibilidad de la organización las cuales son detalladas en una cotización según solicitud del mismo.

Asimismo, la empresa dispone de tres tipos de compra: en stock y, de importación; respecto a la primera, se obtiene en el mercado local principalmente ya sean de los repuestos que ya tengamos en almacén existentes o de nuestros proveedores, con los cuales en su mayoría se dispone de acuerdos y beneficios para ambas partes ya que, se comercializa diariamente en base a ello.

Las compras de los repuestos por importación, son aquellos que en defecto no se pueden conseguir en compra local, sino tienen que ser importados para poder adquirirlos; en este caso se realiza una confirmación del pedido emitiendo un correo al proveedor para confirmar la disponibilidad, precio, marca y código OEM del repuesto para el abono correspondiente; una vez confirmada la información, el administrador paga el costo del repuesto y el flete en moneda dólar americano para iniciar con la importación de los repuestos. En base a ello, se procede a registrar en un Dropbox los respectivos códigos a importar detallando la cantidad, marca, lado (en caso fuera necesario), tiempo deadline y persona responsable de realizar el pedido; asimismo, se va realizando el seguimiento necesario dependiendo del proveedor para el arribo de los repuestos solicitados a aduanas y conjuntamente a ello, se cancelan facturas de envió a DHL para que pueda ser liberada la mercancía

y, se programe el despacho a oficinas las cajas llegadas de importación con los repuestos requeridos. Seguido lo anterior, es trasladado al área de almacén y, son inspeccionados por el asistente de logística para verificar según guías, facturas u órdenes de compra que sean los repuestos que se pidieron; no obstante, se deriva a inventariar y distribuir en los anaqueles del almacén para su venta próxima.

➤ Proceso de venta de repuestos:

La venta de los repuestos se dan inicio por una necesidad o solicitud de compra del cliente, ya sea por alguna falta, daño o requiera cambio alguna pieza del vehículo que puede alterar el estado óptimo del mismo. Este proceso surge cuando el cliente solicita una cotización donde manifiesta el repuesto o accesorio que requiere para su auto; para lo cual, el asesor de venta debe pedir información del repuesto y, en el mayor de los casos se les pide la placa o el VIN del vehículo, el cual nos permite conocer al detalle la versión, modelo, país, tipo de motor, año, número de cilindros, entre otra información relevante del auto, para tener la certeza de poder cotizarle los repuestos compatibles.

En cuanto se verifica los códigos OEM de los repuestos, se procede a buscar en el inventario del almacén la disponibilidad del repuesto. Es así, que se dan tres probabilidades. La primera de ellas, es que el repuesto este en stock, en ese caso se le adjunta la cotización al cliente, el mismo lo revisa y dependiendo si aprueba o no la cotización se procede a realizar un abono correspondiente para emitir el comprobante de pago ya sea factura o boleta a través de Sunat y, conforme a ello el cliente decide si ir a oficinas por sus productos o, envío de los mismos.

La segunda probabilidad, es que no se tenga en stock los repuestos requeridos en esos momentos en el almacén de la empresa y, se consulte con proveedores locales más frecuentes como Germsa e Inchcape sobre la disposición de los bienes. Una vez que los proveedores adjunten sus ofertas, se realiza la cotización en base a la información entregada por los mencionados donde se indica que depende de la hora del día puede ser entregado mismo día o, al día siguiente dependiendo la disponibilidad del proveedor y del lugar de almacén en que se encuentre la existencia. Mayormente se detalla en la cotización que el tiempo de entrega de esos repuestos por compra locales es de 1 a 2 días útiles, conforme ello el cliente lo evalúa y en caso aprueba la

cotización, realiza el pago correspondiente por el repuesto ya que, por decisión unánime del personal, se quedó en que se antes de pedir que facturen a los proveedores correspondientes por los repuestos, se solicita al cliente el pago previo del total de la cotización adjunta para poder tener los repuestos ya sea el mismo día o, de 1 a 2 días útiles, dependiendo de la disponibilidad y lugar de stock que se cuente en almacén de los proveedores. Cabe mencionar que, se cuenta con una línea de crédito con los proveedores donde se facilita poder adquirir los repuestos que se necesitan y enviarlos a la brevedad para el envío de los mismos, en caso se agote la línea de crédito, nuestro administrador procede a abonarlo al contado o, liberar la línea de crédito.

El sentido de urgencia respecto al requerimiento de los repuestos a pedir de proveedores locales, va a depender si la venta de un repuesto es para la compra de un cliente o, es para uso del taller por lo que un vehículo en taller en su mayoría de casos se precisa atenderlos para el mismo día o, tener listos los repuestos en su preferencia para su mantenimiento y/o reparación.

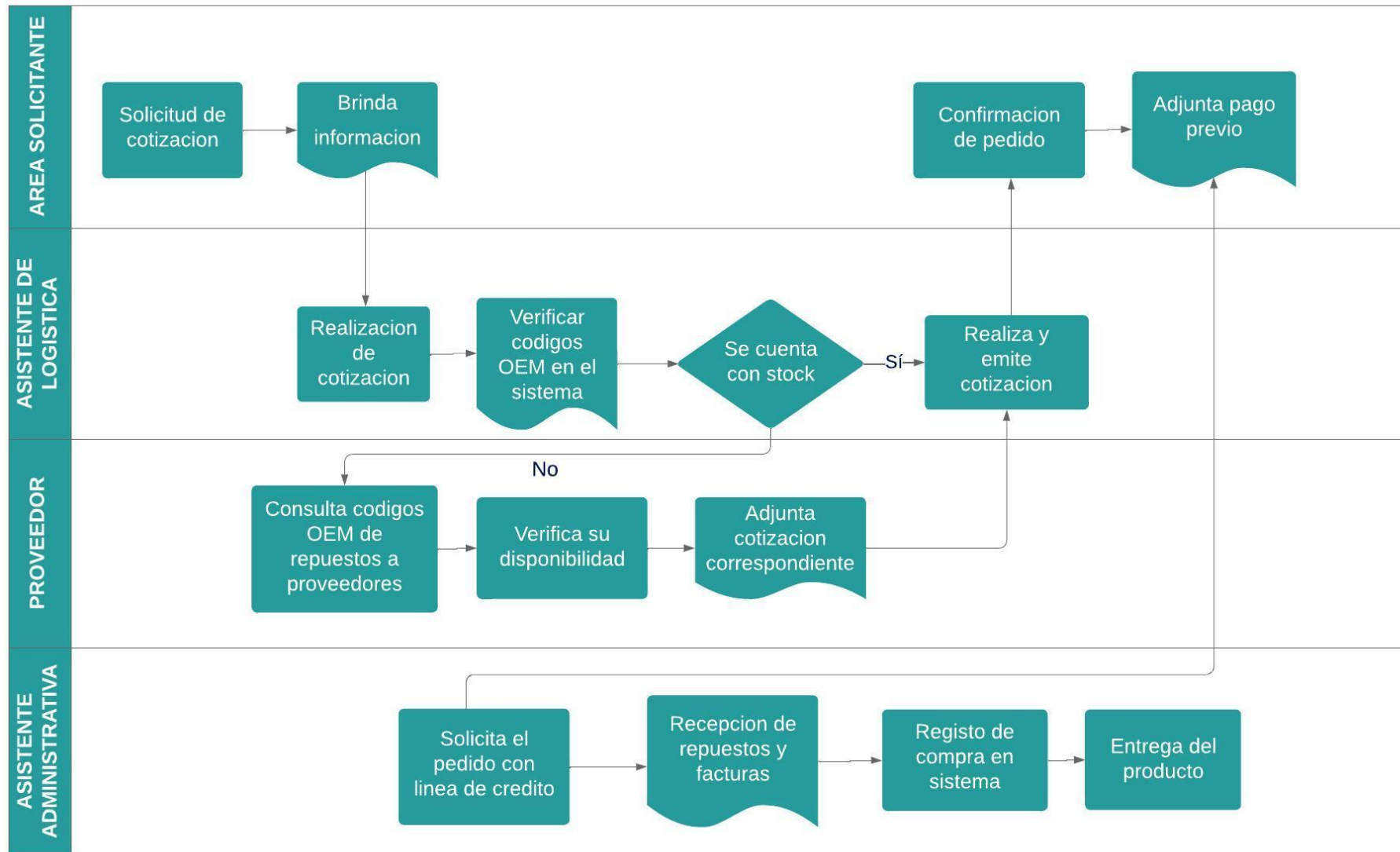
La tercera probabilidad, es que los repuestos que son requeridos, no se encuentren disponibles tanto en stock del almacén de la empresa, como en los de los proveedores locales, en este caso se procede a cotizar los repuestos de importación. Para ello, utilizamos varios proveedores como Schmiedmann, RockAuto, Autodoc, ECS Tuning, entre otros; siendo, el primero mencionado nuestro principal proveedor a nivel internacional ya que, se cuenta con mayores descuentos y somos su distribuidor oficial en el país por lo que también comercializamos con su marca añadiendo el nombre del país: *Schmiedmann Perú*. Una vez revisado los costos y marcas disponibles que los proveedores ofrecen, evaluamos las mejores opciones y, le adjuntamos las cotizaciones al área solicitada para que pueda tener diversas alternativas entre precios, marcas y tiempos de entrega. Posterior a ello, dado el caso que el consumidor apruebe la cotización enviada recalcando los días útiles que demorara en estar disponible para su despacho donde, en esta instancia el consumidor decida aprobar o no el documento adjunto. Para lo cual, en el supuesto de optar por una propuesta, el mismo procede a realizar un abono del 70% o el total de la

cotización (en caso hacerse con link de pago o mediante IziPay se debe cancelar la totalidad) para continuar con la confirmación de la importación del repuesto.

Asimismo, se emite una confirmación del pedido en el cual se detalla el medio de por el cual se efectuó el pago, detalles del repuesto, grafico, pago a cuenta, datos del consumidor, datos del vehículo, y de precisar, los códigos OEM de los repuestos a importar en caso el solicitante lo demande. Junto a lo anterior, se emite la boleta o factura depende de lo que notifique el mismo para su debido registro y control de lo confirmado.

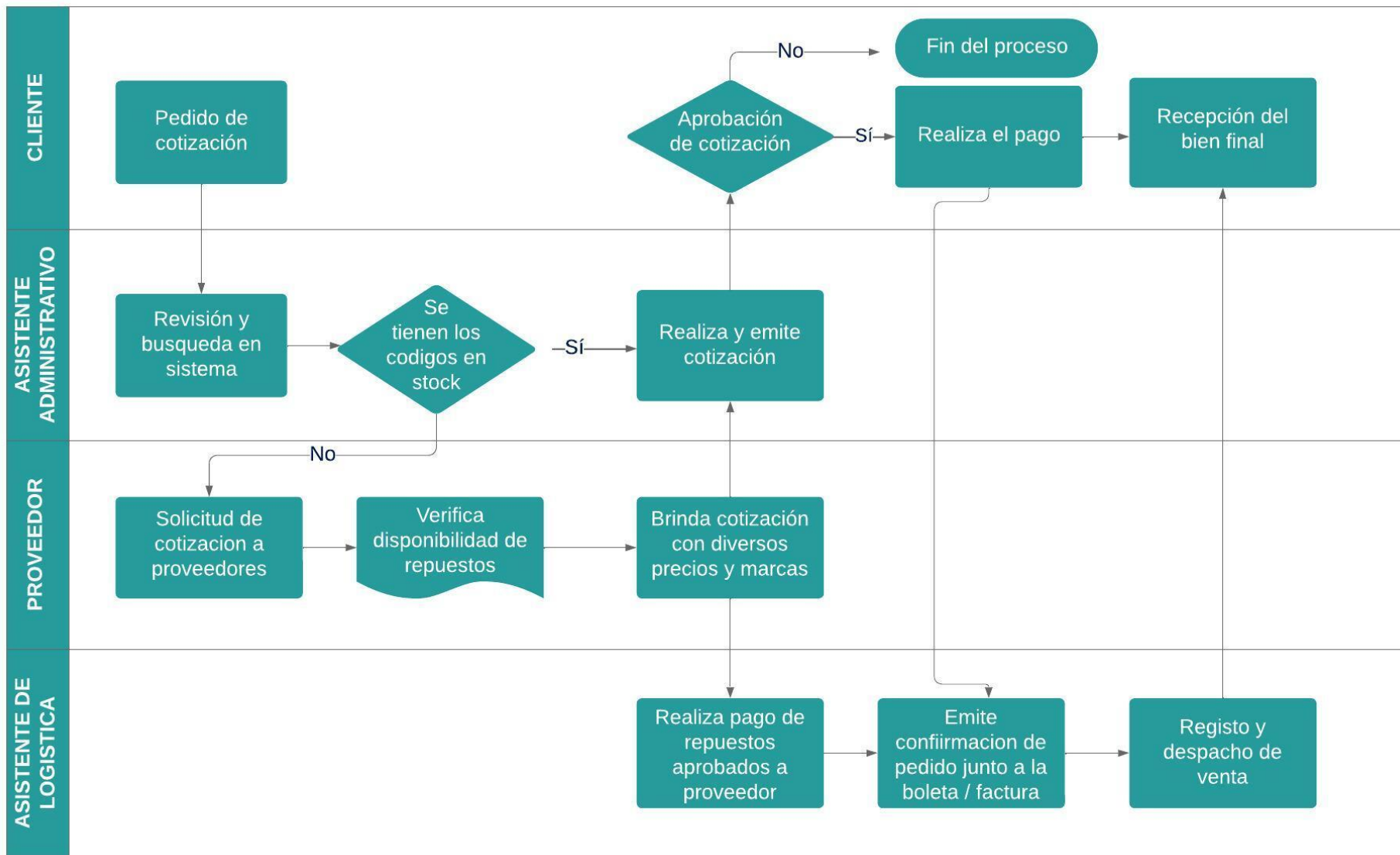
Procederemos con efectuar lo que sería el flujograma de procesos en las áreas de compra y venta de repuesto.

Figura N° 6: Diagrama de flujo de compra de repuestos



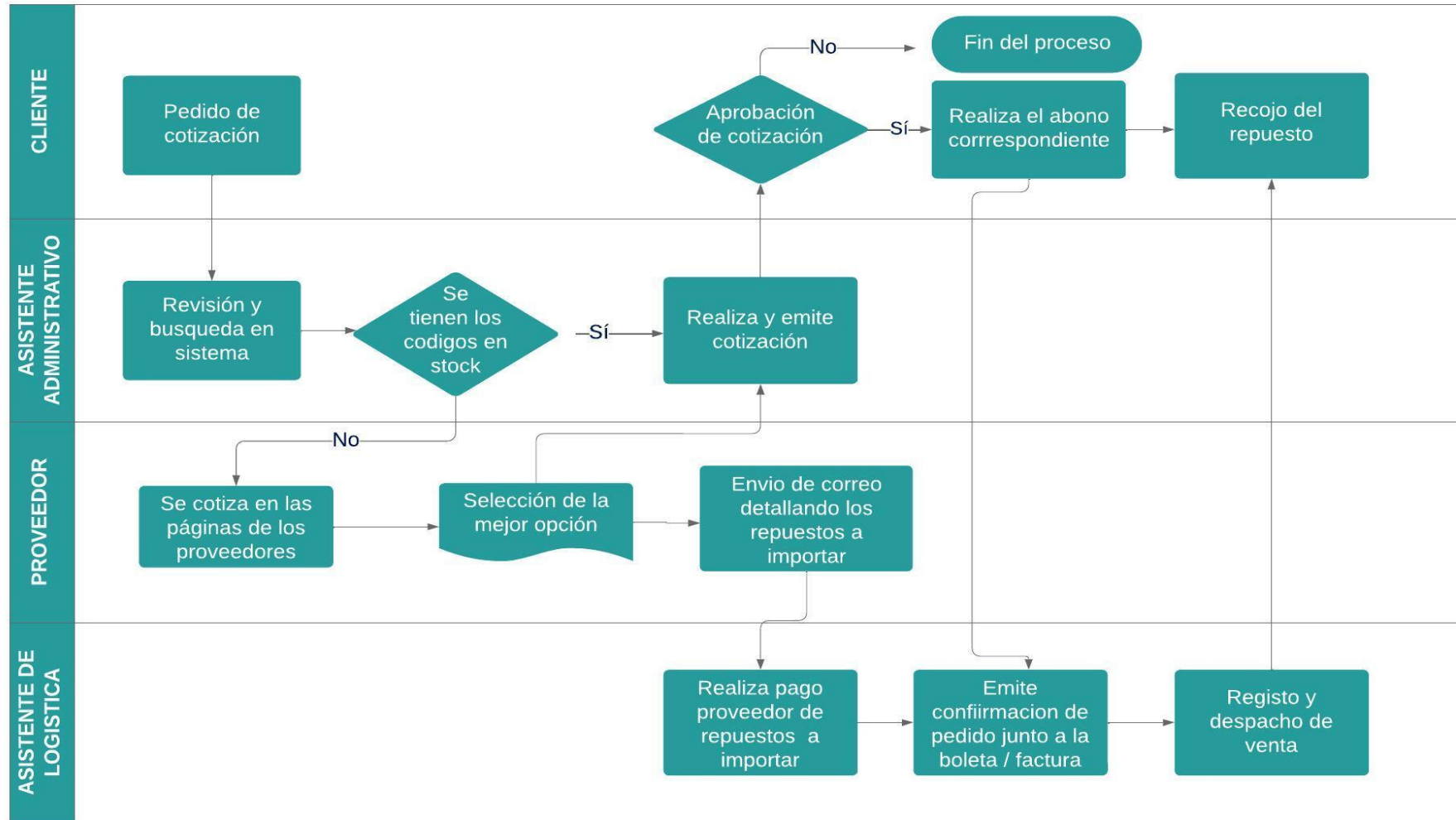
Nota: Humboldt Perú Trading S.A.C.

Figura N° 7: Diagrama de venta de repuestos en stock o a 1 día útil



Nota: Humboldt Perú Trading S.A.C.

Figura N° 8: Diagrama de venta de repuesto en stock o, de importación



A continuación, se presenta la interpretación de cada diagrama expuesto y, los pasos a seguir en conjunto al área responsable de los mismos.

Tabla N° 8: Interpretación de Diagrama de proceso de compra de repuesto

N° de pasos	Interpretación del proceso / tiempo	Área Responsable
P1	Se inicia con la solicitud de cotización	Área solicitante
P2	Brinda mayor información del vehículo para verificar la compatibilidad con lo requerido	Área solicitante
P3	Se realiza la cotización en base a la placa o vin del vehículo	Área de logística
P4	A través de las páginas RealOem y PartsLink, se verifican los códigos para cotizar	Área de logística
P5	Verificación de disponibilidad de los códigos en almacén	Área de logística
P6	En caso no haber, se consulta los códigos a proveedores	Área de logística
P7	El proveedor busca en su almacén los códigos	Proveedor
P8	Nos brinda la cotización (en diversas marcas, precios)	Proveedor
P9	Adjuntamos la cotización con las mejores ofertas al solicitante	Área de logística
P10	Se aprueba y, adjunta el pago correspondiente	Área solicitante
P11	Se solicita el pedido con crédito al proveedor	Área administrativa
P12	Recepción y registro de compra en sistema	Área administrativa
P13	Entre y/o despacho del producto	Área administrativa/logíst.

Nota: Humboldt Perú Trading S.A.C.

Tabla N°9: Interpretación de Diagrama de proceso de venta de repuesto en stock o a 1 día útil

N° de pasos	Interpretación del proceso / tiempo	Área Responsable
P1	Solicitud de cotización, brinda placa o vin.	Cliente
P2	Revisar y verificar los códigos en las páginas RealOem y PartLinks	Área administrativa
P3	Búsqueda de códigos en inventario de stock	Área administrativa
P4	En caso no tener stock, se adjunta los códigos a proveedores para consulta de disponibilidad	Área administrativa
P5	El proveedor busca en su almacén los códigos	Proveedor
P6	Nos brinda la cotización (en diversas marcas, precios)	Proveedor
P7	Adjuntamos la cotización con las mejores ofertas al solicitante	Área administrativa
P8	Se aprueba y, adjunta el pago correspondiente	Cliente
P9	Realizar pago de repuestos aprobados al proveedor	Área administrativa/logíst.
P10	Emisión de confirmación de pedido junto a la boleta / factura del consumidor	Área logística
P11	Registro y despacho de los repuestos	Área logística
P12	En caso ser envió, se pido los datos para el rotulo de envío (provincia)	Área logística
P13	Se realiza el empaquetado y embalado	Área logística
P14	Recoge y despacha las cajas de envío, adjuntando las guías correspondientes	Repartidor
P15	Entrega la guía al cliente para su rastreo	Área logística
P16	Recojo de repuesto en agencia	Cliente

Nota: Humboldt Perú Trading S.A.C.

Tabla N° 10: Interpretación de Diagrama de proceso de venta de repuesto en stock o de importación

N° de pasos	Interpretación del proceso / tiempo	Área Responsable
P1	Solicitud de cotización, brinda placa o vin.	Cliente
P2	Revisar y verificar los códigos en las páginas RealOem y PartLinks	Área administrativa
P3	Búsqueda de códigos en inventario de stock	Área administrativa
P4	Cotizar a través de las páginas de proveedores	Proveedor
P5	Brinda información de marcas y tiempos	Proveedor
P6	Adjuntamos la cotización con las mejores ofertas al solicitante	Área administrativa
P7	Se aprueba y, adjunta el pago correspondiente	Cliente
P8	Pide separar repuestos a proveedor	Área logística
P9	Brinda correo detallando los repuestos a importar y se verifica	Proveedor
P10	Emisión de confirmación de pedido junto a la boleta / factura del consumidor	Área logística
P11	Espera tiempo de importación de repuesto (12-35 días útiles) aprox.	Cliente
P12	Registro y despacho de los repuestos	Área logística
P13	En caso ser envió, se pido los datos para el rotulo de envío (provincia)	Área logística
P14	Se realiza el empaquetado y embalado	Área logística
P15	Recoge y despacha las cajas de envío, adjuntando las guías correspondientes	Repartidor
P16	Entrega la guía al cliente para su rastreo	Área logística
P17	Recojo de repuesto en agencia	Cliente

Nota: Humboldt Perú Trading S.A.C.

Posterior a la actividad de implementación de flujogramas la organización, la cual va a permitir que se siga un proceso establecido y coordinado entre todas las áreas, luego de ello, se procede a realizar el reporte de los avances de los procesos. Para lo cual, procedo al análisis de los procesos, desde que se emite la solicitud hasta que el cliente tenga el bien final verificando los tiempos en demora y demás inconvenientes encontrados aun para posteriormente hacer las correcciones necesarias.

Una de las modificaciones que se sugirió y, se realizó, es la emisión de confirmación de pedido al cliente en cuanto sea de importación, esto se debe a que, para poder importar un repuesto, se conoce que se debe anticipar un pago, en caso de la empresa Humboldt, se requiere un 70% para iniciar con la importación; muchas veces, cuando el solicitante abona un pago parcial por el pedido, solo se emite boleta o factura por el total, mas no hay constancia que permita constatar el monto abonado y el saldo a favor.

No obstante, otra de las modificaciones sugeridas junto al personal y se aplicaron, fue de llegar a un acuerdo con nuestro principal proveedor de repuestos para poder aplicar a una línea de crédito que nos permite solicitar repuestos hasta cierta cantidad, luego el administrador procede a abonar el saldo y, nos liberen inmediatamente para seguir pidiendo repuestos y ellos, lo facturen y envíen a brevedad para la mejor y rápida comercialización de los repuestos a entregar.

Asimismo, se dio la segunda reunión con el personal involucrado, lo cual tomo tiempo ya que se pospuso por organizarse debido a la carga laboral, en la cual se comentaron los cambios y se propusieron nuevas ideas. Aparte y seguido a ello, se dio le evaluación del progreso de las mejoras implementadas, donde cada parte involucrada evaluó el desempeño que se tuvo en la implementación de mejoras, así como el impacto que se tuvo.

4.4. Desarrollo del Objetivo Especifico 4.

Para lograr evidenciar el impacto de la implementación de mejoras para el progreso de la cadena de suministros en la empresa, se presentarán a continuación las siguientes tablas detallando el desempeño del personal involucrado y, del impacto que se tuvo en la integración de procesos.

Tabla N° 11: *Evaluación del desempeño e impacto en las mejoras implementadas*

Tabla de evaluación de desempeño (F)		Tabla de evaluación de impacto de mejoras (I)	
Desempeño	Puntaje	Impacto	Puntaje
Muy bueno	10	Muy alto	12
Bueno	5	Alto	9
Malo	1	Normal	3
		Bajo	1

Nota: Humboldt Perú Trading S.A.C.

Tabla N°12: *Tabla de Frecuencia respecto al desempeño e impacto de las mejoras implementadas*

N°	Principales actividades implementadas	Des. (F)	Impact. (I)	Efecto (F*i)	Frec. %	% acumulado
1	Realizar recepción de todo vehículo ingresado a taller y escaneo	10	9	90	14,90%	14,90%
2	Brindar cotizaciones en original y alternativos	5	12	60	9,93%	24,83%
3	Obtener línea de crédito con proveedor y revisar los pedidos y montos en Excel	10	12	120	19,87%	44,8%
4	Tener Excel de importaciones de repuestos y su deadline en alarma	10	3	30	4,97%	49,77%
5	Implementación y establecimiento de procesos de compra y venta de repuesto	10	9	90	14,90%	64,67%
6	Asignación de persona a cargo de alertar sobre los tiempos de demora	5	3	15	2,48%	67,15%
7	Informar constantemente a los clientes sobre el proceso de importación	1	3	3	0,50%	67,65%
8	Coordinación diaria con proveedor sobre pedidos de repuestos en proceso de importación	1	1	1	0,16%	67,81%
9	Asignación de asesor de venta/recepcionista de vehículos ingresados al taller	10	3	30	4,97%	72,78%
10	Importación de repuestos más solicitados para tener stock	10	12	120	19,87%	92,65%
11	Servicio post-compra al consumidor	5	9	45	7,45%	100,00%
Total		68		604	100%	

Nota: Humboldt Perú Trading S.A.C.

De la tabla N°12 mostrada, se muestra que las principales actividades que tuvieron mayor desempeño e impacto en su implementación, fue de Obtener créditos suficientes con los proveedores, ya que de esa manera se puede comercializar los repuestos de manera más eficaz y, puedan ser enviados a oficinas en el menor tiempo posible. Asimismo, adicionar un Excel que pueda detallarnos la fecha, numero de factura, repuestos y montos de los cuales se irán solicitando a los proveedores para, mantener un control y registro de los repuestos facturados; posterior a ello, se realiza un cuadro en el cual se verifica los repuestos más cotizados a proveedores, para la sugerencia a nuestro administrador que, pueda importar ello ya que son los más requeridos por los consumidores y, no depender tanto de los proveedores (sobre todo locales) para la adquisición de repuestos, sino, se siga importando los que se consideren necesarios y más buscados.

4.5. Desarrollo del Objetivo General.

Para el desarrollo del objetivo general se plantea implementar mejoras en la gestión de cadena de suministros en la empresa Humboldt Perú Trading en el distrito de San Luis; donde, se establecerán los diagramas de flujo antes vistos como fijos en respecto a los procesos de venta y compra de repuestos, lo que significa que se tendrán que cumplir en cuanto ocurra esa probabilidad salvo, sea un caso excepcional.

Para llevar un mejor desarrollo de los procesos, es necesario que se lleve un control de los mismos, por tal motivo se realiza también, la implementación de nuevas actividades, mostradas en la tabla N° 12 y se recalcó que se pudo lograr con la implementación de mejoras en la gestión.

Por tal motivo, es necesario optar por la aplicación de herramientas y programas como Dropbox para los miembros involucrados en la importación del repuesto y, se edite, vea y actualice en tiempo real, y así se podrán ver al detalle cómo va el proceso de importación, si ya se solicitó al proveedor, su fecha de pedido y el deadline para tener en cuenta cuando es la fecha de vencimiento de un repuesto resaltando, si el mismo ya tiene días de retraso o, semanas en el peor de los casos.

Asimismo, se implementó un Excel en el cual (Ver Anexo N°4) se hará registro de los vehículos ingresados al taller, ya sea por diagnóstico o reparación ya que, se manifestó que, por retrasos en los repuestos, hay vehículos en el taller que esperan de los mismos para poder realizar el cambio o reparación del auto; y se quedan semanas ahí ocasionando pérdida en la empresa por el espacio insuficiente en el mismo ya que hay vehículos que no deberían estar ahí por espera de repuesto.

Por lo cual, respecto a los resultados obtenidos y, en base al estudio de (Silva & Zamora, 2024), se planteó la implementación de mejoras para la optimización en los procesos y desarrollo de la gestión de cadena de suministros en la empresa expuesta.

Tabla N° 13: *Mejoras de las deficiencias en la cadena de suministros de la empresa Humboldt Perú Trading S.A.C.*

DEFICIENCIAS 2022-2024	MEJORAS IMPLEMENTADAS
Demoras de la entrega de repuestos de importación	Se encarga un personal asignado para emitir alarmas, así como se crearon grupos donde se adjunta los trackings de rastreo para la llegada del repuesto y conforme a ello avisar para que se pueda prever tomando medidas como: ofrecer algún descuento, envió gratis o cupón para la próxima cotización, con tal de prevalecer la decisión de compra del consumidor.
Falta de comunicación y coordinación en el personal y sus funciones	Dado que anteriormente, no había un proceso establecido para las funciones especialmente de compra y venta de repuestos, se establece los flujogramas el cual ayudara a la coordinación entre áreas y, sus debidas funciones; también, se hacen reuniones constantemente para evaluar el desempeño de las mismas.
La escasez de repuestos en inventario genera disconformidad en los consumidores	Se realizo un cuadro de los repuestos más solicitados y sus marcas (Ver Tabla N°3), y respecto a ello, se sugirió al administrador la importación de los más requeridos para tenerlos en inventario de stock ya que, al cotizar de proveedor no se genera tanta ganancia como cuando se importa; además de lograr confiabilidad y la decisión de compra inmediata del cliente.
Deficiencia en el registro de documentación en base a proveedores, clientes y vehículos ingresados al taller	Se opta por crear documentos tales como Excel, Dropbox, el cual permitan registrar datos del vehículo, datos del cliente y, respecto a los proveedores, un Excel adicional el cual muestre los repuestos facturados con sus montos y fechas solicitadas para llevar el conteo del saldo al proveedor en caso habría que resolver algún inconveniente como devolución o, repuesto no solicitado.

Nota: Humboldt Perú Trading S.A.C.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- En el transcurso de la experiencia profesional en la empresa Humboldt Perú Trading en el distrito de San Luis, se procedió a evaluar la gestión de cadena de suministros y percato de las demoras dentro de la cadena se debe a la falta organización en procesos de compra y venta del repuesto y la deficiencia de repuestos en stock, es decir, la falta de abastecimiento, lo cual genera perdida de consumidores e insatisfacción dados los retrasos.
- La integración del personal involucrado fue esencial para la implementación de mejoras determinadas y realizadas en cada área para el óptimo desarrollo de la gestión; también, recalcar acerca de la planificación de las actividades (Ver Tabla N°7) que se realizaron para lograr el cometido y las reuniones con los involucrados para la ejecución de las mismas.
- Se ejecuto la aplicación de herramientas administrativas como diagramas de flujo para describir y establecer los procesos respecto a la compra y venta de repuestos que es donde se presentó tanto deficiencias como demoras en actividades; asimismo se buscó integrar las áreas involucradas para mejorar su coordinación y comunicación entre las mismas.
- Respecto al impacto de la implementación de mejoras, señala como el obtener línea de crédito con los proveedores y llevar registro de los pedidos con un mayor impacto de 44,8% de una de las actividades en el proceso de mejora así, como la importación de repuestos más solicitados para stock con un 92,65% acumulado siendo una implementación que causo más impacto y desempeño.

5.2 Recomendaciones

- Referente a las mejoras implementadas, se recomienda implementar las mejoras con respecto al proceso de compra y venta de repuestos para una mejor.
- Se requiere adquirir mayor stock en almacén y, ampliar el área de almacén por lo que los consumidores van a preferir siempre tener el repuesto en stock que esperar un día útil que es lo que se demora en tener el repuesto de nuestro proveedor para ser entregado; y en caso de los bienes de importación, estar alerta con la fecha deadline del repuesto para no generar insatisfacción al consumidor.
- Respecto a los tiempos de entrega de repuestos o, de los autos en taller, se recomienda el comunicar a los clientes sobre los tiempos reales de demora para que se pueda proyectar sin generar molestias e inconformidades con la compra.
- Capacitación del personal en la empresa constante con la finalidad de ofrecer y garantizar la fiabilidad al consumidor, ya que muchas veces se reciben consultas o dudas y, principalmente el jefe de taller es quien las resuelve, pero, todo el personal debería tener información más relevante acerca de los repuestos ofrecidos y, lo que abarca ello.
- Se precisa adquirir un software de gestión de inventarios que ayude a agilizar el conteo de repuestos en el mismo haciendo factible el registro de productos y, creando una alarma de existencias para no quedarse sin stock de manera inesperada, mejorando la eficiencia del proceso y la rentabilidad de la empresa y; también para la toma de decisiones certeras.

Referencias

- Arango Palacio, I. C. (2021). Oportunidades para la transformación digital de la cadena de suministro del sector bananero basado en software con inteligencia artificial. *Revista Pilotécnica*, vol.17, núm.33, 47-63.
- Ballou, R. (2004). *Logística Administración de la cadena de suministro*. Mexico.
- Berenguer, J. M., & Ramos-Izquierdo, J. A. (2003). *NEGOCIOS DIGITALES: COMPETIR USANDO TECNOLOGIAS DE LA INFORMACION* (Vol. 1er edición). España: EUNSA. EDICIONES UNIVERSIDAD DE NAVARRA, S.A.
- Bowersox, D. J., Closs, D. J., y Cooper, M. B. (2007). *Administración y logística en la cadena de suministros*. McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES, S.A.
- Bustamante, R., y Ramírez, J. (2021). *Factores que influyen en la decisión de compra del consumidor en la industria textil colombiana*. Bogotá.
- Cabrera Cánovas, A. (2020). *Manual de uso de las reglas Incoterms 2020*. Marge Books.
- Cano, M. J., Beviá, B., y Margarita Enríquez, M. E. (2010). *Logística aplicada al Comercio Internacional*.
- Castellanos Ramírez, A. (2009). *Manual de la gestión logística del transporte y la distribución de mercancías*. Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Chopra, S., y Meindl, P. (2008). *ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO Estrategia, planeación y operación*. Mexico.
- Cobos, T. R. (2019). *La gestión de inventarios de las empresas en Latinoamérica: una revisión de la literatura científica en los últimos 10 años, 2009-2019*. Lima.
- Correa Espinal, A. A., Gómez Montoya, R. A., y Cano Arenas, A. (2010). *GESTIÓN DE ALMACENES Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC)*. *Estudios Gerenciales*.
- Díaz, C. A. (2017). *Gestión de la Cadena de Abastecimiento*. Bogotá: Fondo editorial Areandino.
- Durán, Y. (2012). *Administración del inventario: elemento clave para la optimización de las utilidades en las empresas*. Mérida.
- García, L. A. (2016). *GESTION LOGISTICA INTEGRAL: las mejores practicas en la cadena de abastecimiento (2a ed.)*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Guadarrama, T. E., y Rosales, E. E. (2015). Marketing relacional: Valor, satisfacción, lealtad y retención del cliente. Análisis y reflexión teórica. *Ciencia y sociedad*.

- Hidalgo, R. G., y Alvarez, V. R. (2023). *LA gestión de la cadena de suministro bajo un enfoque de resiliencia: estudio para el sector automotriz peruano*. Lima.
- Intriago, v. R. (2023). *Gestión administrativa para la cadena de suministros en empresas importadoras de maquinarias y repuestos*. Guayaquil-Ecuador.
- Kossmann, E. (2020). *El proceso de decisión de compra del consumidor de cafe de comercio justo*. Madrid.
- Manrique, N. M., Teves, Q. J., Taco, L. A., & Flores, M. J. (2019). Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica. *Revista Venezolana de Gerencia*.
- Manrique, N., Teves, Q. J., Taco, L. A., y Flores Morales, J. (2019). Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica. *Revista Venezolana de Gerencia*, 1146.
- Montoya Palacio, A. (2010). *Administración de compras: Quien compra bien, vende bien. Tercera edición*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Mora García, L. A. (2023). *Gestión logística integral -3era edición: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Mora, R. d. (2018). *La importancia de la cadena de suministro y su administracion*.
- Moscoso Espino, J. R. (2019). *Gestión de cadena de suministro y administración de stock de los productos de la Casa del Chantilly, Comas, 2019*. Universidad Cesar Vallejo, Comas.
- Peláez Gómez, D. R., y Acosta Strobel, J. A. (2021). La importancia de la implementación de Warehouse Management System para los Centros de Distribución. *Revista CIES*, 12(1).
- Ramírez, M. C. (2020). Evolución de la gestión de la cadena de suministro y logística, desde una visión tecnológica y sostenible. *Reto, Volumen 8*.
- Rodriguez, L. (2009). *La cultura organizacional. Un potencial activo estratégico desde la perspectiva de la administración*. Cooperacion unificada nacional de educacion superior.
- Silva, L. D., y Zamora, V. E. (2024). *Mejoras en la Gestión Logística de Importación de Repuestos: Un enfoque den la Reducción de Tiempos*. Lima.
- Tapia, D. I., Cueli, J. R., García, Ó., y Saavedra, A. (2007). Identificación por Radiofrecuencia: Fundamentos y Aplicaciones. Obtenido de https://bisite.usal.es/archivos/articulo_rfid_fundamentos.pdf
- Varas, B. M. (2022). *MODELO DE GESTIÓN POR PROCESOS Y SU INFLUENCIA EN LA CADENA DE SUMINISTROS DE LA AGROPECUARIA RIO MAYO S.A.C., TRUJILLO, 2019*. Universidad Privada Del Norte, Trujillo, Perú.

Anexos

Anexo N°1: Notificación de pago a DHL

Notificación de pago guía:
2107135273 Externo Recibidos 

 Confirmacion...  8:47 a. m.  
para JONATHAN, jonat... 

Estimado Cliente,

Su envío de DHL Express con número de guía indicada en el asunto del correo está llegando al país. Queremos comunicarle que previamente a recibir o recoger su envío, existen servicios y/o impuestos asociados a su envío que necesitan ser pagados.

¿Cuál es el motivo del pago? Porque su envío ha generado servicios de importación y/o impuestos a la Aduana. [Aquí](#) detallamos el glosario de conceptos.


¿Cuánto debo cancelar? El monto por cancelar es la suma de lo indicado en el(los) documento(s) adjunto(s).

¿Dónde puedo pagar?

PAGO POR PLATAFORMA DHL: Haga clic [aquí](#) (esta modalidad es rápida y automática)

PAGO POR BANCO: Haga clic [aquí](#)

Anexo N°2: Ejemplo de cotización en la empresa Germsa


17:38:40

N° RUC : 20101878137 **COTIZACION N° 01 - 2411010206140**

Local de : SURQUILLO

<p>Descripción : HUMBOLDT PERU TRADING S.A.C. - HPT S.A.C.</p> <p>Nro RUC o DNI : 20602440801</p> <p>Dirección Fiscal : AV. DEL AIRE 1560-SAN LUIS</p> <p>Email Electr. : bimmerhausperu@gmail.com</p> <p>Fecha Emisión : 27/11/2024 Válido hasta : 07/12/2024</p> <p>Contacto : JONATHAN VALDIVIA CABRERA</p> <p>Telefonos : //947189480/</p> <p>E - mail : marketing@bimmerhausperu.com</p>	<p>Nro. VIN : CODIGOCODIGO</p> <p>Modelo : SINGARANTIA</p> <p>Familia : BMW</p> <p>Motor : SINGARANTIA</p> <p>Año : 2020 Placa : CODIGO</p> <p>Moneda : SOLES</p>
--	--

Item	Cant.	Stk	Fc. Aprox.	Código	Artículo	Marca	V.V.U	V.V.T
1	1.00	S			XMC Filtro Gasolina	HENGST	61.42	61.42
1	1.00	S			XMC Filtro Gasolina	MANN-FILTER	60.15	60.15
2	1.00	S			MMC Unidad Alimentacion Combustible C/Se	HELLA	495.77	495.77
2	1.00	S			MMC Unidad Alimentacion Combustible c/ Se	CONTINENTAL-VI	644.35	644.35
3	1.00	N	22/02/2025		Condensador A/C F/Fit	NISSENS	388.80	388.80
4	1.00	S			Brida Cardan diam 132mm	FEBI	202.40	202.40
4	1.00	S			Brida Cardan	BBR	178.47	178.47
Sub Total :							2,031.36	
I.G.V. :							365.64	
Importe :							2,397.00	

* S = Si tenemos Stock.
* N = No Tenemos Stock, precio aproximado.

Observacion:

* PAGOS CON YAPE / PLIN *
** BANCO - SCOTIABANK / BBVA / BCP - Ver datos pie de página **
*** ACEPTAMOS PAGOS EXACTOS EN EFECTIVO - NO DISPONEMOS DE VUELTOS ***

Anexo N°3: Ejemplo de confirmación de pedido en la empresa Germsa



PEDIDO N° 01 - 2411010203081

DATOS DE CLIENTE

Nro. ID.	NOMBRE O RAZON SOCIAL
20602440801	HUMBOLDT PERU TRADING S.A.C. - HPT S.A.C.
CONTACTO	JONATHAN VALDIVIA CABRERA
DIREC. LLEGADA	AV. DEL AIRE 1560-SAN LUIS

LOCAL SURQUILLO

DATOS DE VEHICULO

Nro. VIN	WBA3N3100GK328058
Familia	BMW
Modelo	428 I
Año	2015
Motor	N20

Item	Cant	Descripción	Marca	V.V.U.	V. Venta
1	2.00	Bieleta Delant (lado depende del vehiculo)	FEBI	80.04	160.08
2	2.00	MC Amortiguador Delant Gas	MAGNETI MARELI	232.16	464.32

V. Venta : 624.40

Descuento : 0

Sub Total : 624.40

IGV : 112.39

Total : 736.79

SALDAÑA SONAPO FRANK

Vendedor

Anexo N°4: Registro implementado de los vehículos ingresados al taller

F.INGRES.	PLACA	VIN	MODELO	CLIENTE	TELEFONO	SERVICIOS	RECEP.	D	EN PROC.	ENTREGA	Utilidad sinc	P. Parcial	Completo	F.SALIDA	CONTACTO	OBS.	Se cor	revisio	Scanner	Fotos	Color	# Orden	#Venta asociada
4/11/2024		WBA31AA0	BMW X1 F48 LCI 09/2	MARCO ANTONIO MO	942 165 140	Cambio de fre	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S/.7,629.89	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Rodolfo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			T00515
11/24	AKM-603	WBA1U710	BMW F20 LCI 120i 20	Evelyn Melissa Slazar	949 387 849	creo que camb	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	S/.997.00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-		Jonath...		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Plata glaci		
11/24	C5F-455	WBAPC710	BMW X3 E83 LCI 2.5s	Francoesa Priscilla de l	998 193 050	Rep. de mono	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S/.3,477.29	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Kayla	-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Negro zafiro metalizado		T00489
11/24	AND-600	WBA3B110	BMW F30 320i 2015 N	Christian Israel Guevara Salinas			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>					<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Plata glaci		
11/24	BEQ-332	WBA1R510	BMW F20 LCI 118i 20	Cesar Vasquez	905 485 358	Rev. de arranc	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Kayla	Garantia de	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Negro zafiro metalizado		T00493
11/24	BHP-575	WBA1R510	BMW F20 LCI 118i 20	Fernando Valdez	992 019 401	Mant. menor	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	S/.880.00	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	-		Kayla	-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Negro zafiro metalizado		T00517
7/11/2024	AYU-318	WBA8E3101HA054303		Antonio Villanueva	991 321 688	mant menor y	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S/.1,037.48	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Rodolfo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Gris mineral		T00516
13/24	CJC-445	WBAYH1107P5W79209		Ian Moran	984 737 921	instalar vidrios	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	compra de h	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Rodolfo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>			
14/24	BNX-123	WBA7K310	BMW F40 118i 2019 B	Alejandro Enrique Varh	969 383 517	MANTENIMIE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S/.1,187.92	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Rodolfo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Azul mediterraneo metalizado		T00518
15/11/2024	F8H-125	WBA3A110	BMW 3F30 03/2014 3	Randall Castillo Lima	-	Rev. de senso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Jonath...		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Blanco		633
18/11/2024	BRY-260	WBA5F310	BMW G20 320i 25.02	Luis Alberto Junior Sal	912899513	cambio de gra	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	S/.929.32	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	19/11		Kayla	-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Rojo melbourne m		634
18/11/2024	B7C-477	WMWSV31	MINI R56 LCI Cooper	Julen Mencia	997512764	mantenimeintc	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	S/.1,657.61	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	19/11		Kayla	-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Rojo blanco		635
19/11/2024	APX-156	WBAHS710	BMW X1 F48 20i 03/21	Fernando Alonso Jimer	-	Mantenimientc	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S/.2,082.70	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	19/11		Jonath...		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
21/11/2024	A5A-284	WBSKG910	BMW 3'E92 LCI M3 0i	Rafael Boisset Tizon	-	Diagnost. de n	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Jonath...		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Negro jerez metalizado		
21/11/2024	BTR-105	WBA31AA0	BMW X1 F48 LCI 09/2	Marco Antonio Monzon	942 165 140	Cambio de soy	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	S/.1,941.11	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	21/11		Kayla	-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Blanco		Cliente es T00528
	AUY-151	WBSDX9CE	BMW E93 LCI M3 20i	Patricio Alonso Sassarini Bustamante			<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Jonath...		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Azul		
	BLL-645	WBACR610	BMW X5 G05 40iX 20	Jack Jeison Valderrama Paz		Mantenimientc	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S/.2,824.56	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Jonath...		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Blanco mineral metalizado		
28/11/2024	A1X-196	WBAPE110	BMW X3 E83 LCI 2.0c	Darwin Malpartida		Revision de fu	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Kayla	-	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
25/11/2024	BNB-229	WMWXR51	MINI F56 2019 Coope	Omar Faustor	980 205 158	Cambio de pu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S/.7,847.68	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Rodolfo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Anaranjado negro		
25/11/2024	A0Q-198	WBAVB335	BMW E90 330i 2006 h	Victor Carrasco	992 010 140	Mantenimeintc	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	S/.2,080.00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			Rodolfo		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Gris oscuro		

Anexo N°5: Confirmación de pedido al proveedor Schmiedmann

<p>JUAN CARLOS TERRY ELSNER SERGIO BERNALES 599 DPTO 1402 SURQUILLO 15048 LIMA</p> <p>PERU</p> <p>VAT no.: 47583076 Phone: 996839788 E-mail: JUANCARLOSTERRYELSNER@GMAIL.COM VIN no.</p>	<p>CVR-nummer : 29 63 46 02 Telefon : +45 65941545 Bank : 6845 0009415375 IBAN : DK5368450009415375 SWIFT : SYBKDK22</p> <p>INVOICE 330846</p> <p>* 330846 *</p> <p>Date : 25. september 2020 Account no. : 996839788</p> <p>Page 1/1 Order processed by: CHRIS L</p>
---	---

Payment	Web order id: O-317997
---------	------------------------

Bes.	Item no.	HS	Item name	Unit.price	Quantity	Ex. vat	Rekv.	COO.	Kg.
Ref. ORDREBEKRÆFTELSE nr. 317997 fra d. 250920									
U=1,00	51247227733BMW	87089997	EMBLEM BUTTON	70,37	1	70,37 *		DEU	0,31
U=1,00	82292365436BMW	87089997	KEY CASE FOR BMW DISPLAY K	45,89	1	45,89 *		DE	0,03
U=1,00	34116771868	87083091	BRAKEPADS FRONT - ORIGINAL 23794.200.1 / 573151J / 20-8118 /	33,89	1	33,89 *			1,821
U=1,00	34216775678	68138100	BRAKE PADS REAR 0252355017/TEXTAR / 23550.170.	17,60	1	17,60 *			1,177
U=2,00	31331139452	40169952	GUIDE SUPPORT FRONT 3003133108 / 20540006 / V20-111	14,60	2	29,20 *			0,679
	FREIGHT DAP EX		FREIGHT EXPRESS DELIVERED DAP NOT INCL TAX / DUTY INCO	53,30	1	53,30 *			