

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

“GESTIÓN LOGÍSTICA EN UNA EMPRESA
DISTRIBUIDORA DE LUBRICANTES DEL
DISTRITO DE LA VICTORIA, LIMA 2022”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autora:

Dejhanyra Alessandra Serra Mandros

Asesor:

Mg. Gustavo Isaac Barrantes Morales
<https://orcid.org/0000-0002-3180-0604>

Lima - Perú

2023

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Juan Carlos Ganoza Aleman	30835154
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	Victor Hugo Haro Hidalgo	09862514
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	Walter Christian Bernia Leon	41518214
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

GESTIÓN LOGÍSTICA EN UNA EMPRESA DISTRIBUIDORA DE LUBRICANTES DEL DISTRITO DE LA VICTORIA, LIMA 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	4%
2	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	1%
3	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	1%
5	repositorio.unh.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.unjfsc.edu.pe Fuente de Internet	<1%
7	Submitted to Universidad Peruana de Las Americas Trabajo del estudiante	<1%
8	rraae.cedia.edu.ec Fuente de Internet	<1%

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mis padres por su comprensión y apoyo incondicional en todo momento, por alentarme a seguir siempre adelante pese a los obstáculos que pueda tener y por ser mi razón, motivo y fuerza en cada uno de mis logros y metas a lo largo de mi desarrollo personal y profesional.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios, por brindarme buena salud y bienestar. También a mi familia, especialmente a mis padres, por ser quienes me brindaron educación, valores y apoyo para siempre dar lo mejor de mí y seguir adelante hasta cumplir mis objetivos. A mi asesor por estar pendiente y ayudarme culminar exitosamente este trabajo.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE FIGURAS	10
RESUMEN	11
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Justificación	15
1.3. Antecedentes	17
1.3.1 Antecedentes Internacionales	17
1.3.2 Antecedentes Nacionales	21
1.4. Bases teóricas	24
1.5. Formulación del problema	29
1.5.1 Problema General	29
1.5.1 Problemas Específicos	29
1.6. Objetivos	29
1.6.1 Objetivo General	29

1.6.1	Objetivos Específicos	29
1.7.	Hipótesis	30
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA		31
2.1	Tipo y diseño de investigación	31
2.1.1	Enfoque de investigación	31
2.1.2	Nivel de investigación	31
2.1.3	Diseño de investigación	32
2.2	Población y muestra	32
2.2.1	Población	32
2.2.2	Muestra	32
2.3	Técnicas e instrumento de recolección y análisis de datos	34
2.3.1	Técnica	34
2.3.2	Instrumento	35
2.3.3	Validez del instrumento	35
2.4	Procedimiento de recolección de datos	36
2.5	Aspectos éticos	37
CAPÍTULO III: RESULTADOS		38
3.1	Descripción de resultados	39
3.2	Tabla de resultados	46
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES		57
4.1	Limitaciones	57
4.2	Interpretación comparativa	57

	Implicancias	59
4.4	Conclusiones	60
4.5	Recomendaciones	61
REFERENCIAS		63
ANEXOS		72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 : Datos de entrevistados.....	33
Tabla 2 : Validación de expertos	36
Tabla 3 : Entrevista sobre Gestión de compras - Proveedores.....	46
Tabla 4: Entrevista sobre Gestión de compras - Calidad de productos	47
Tabla 5: Entrevista sobre Gestión de compras - Negociación	48
Tabla 6: Entrevista sobre Almacenamiento - Flujo interno de mercancía	49
Tabla 7: Entrevista sobre Almacenamiento - Recepción de productos	50
Tabla 8: Entrevista sobre Almacenamiento - Inventarios	51
Tabla 9: Entrevista sobre Distribución - Canales de distribución	52
Tabla 10: Entrevista sobre Distribución - Tiempo requerido	53
Tabla 11: Entrevista sobre Distribución - Satisfacción al cliente.....	54

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Representación de áreas de trabajo de entrevistados	39
Figura 2: Gestión de compras en la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari .	41
Figura 3: Almacenamiento en la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari	43
Figura 4: Distribución en la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari	45

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal describir las características de la Gestión logística en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022. El estudio realizado es de tipo básico, con un enfoque cualitativo descriptivo, con diseño fenomenológico. Se decidió emplear la técnica de entrevistas semiestructuradas, basadas en una lista de 12 preguntas abiertas realizadas a nuestros entrevistados, con el objetivo de que nos brinden la mayor cantidad de información necesaria sobre el desarrollo de la gestión logística en la empresa, para llevar a cabo el análisis. Nuestra población fueron los 8 trabajadores de la empresa y nuestra muestra fueron 4 representantes de las diversas áreas relacionadas a la gestión logística, quienes podrían brindarnos datos importantes para el desarrollo de nuestra investigación.

Gracias a este estudio, pudimos identificar el desarrollo completo realizado por la empresa, desde el ingreso hasta la salida de la mercancía. Se pudo determinar que la empresa seleccionada se enfoca en darle una correcta gestión a cada proceso que realizan debido a la importancia que tiene, como consecuencia de que, gracias a ello se puede brindar un producto o servicio de calidad, logrando satisfacer las necesidades del cliente y cumpliendo con las exigencias del mercado, generando además un diferenciador frente a la competencia.

PALABRAS CLAVES: Gestión logística, gestión de compras, almacenamiento, distribución.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La logística se define como el conjunto de procesos de planificación, dirección, control y gestión dentro de una empresa, que tienen como objetivo reducir los tiempos y costes, y maximizar la producción efectiva laboral, permitiendo que se logre obtener una mejor organización, balanceando el control y flujo de productos, servicios o información (García et al., 2018). Es el proceso mediante el cual, una empresa administra correctamente su mercancía, desde el movimiento hasta el almacenamiento de la misma. Vigo (2007, como se citó en García et al., 2018). La logística forma parte de la Gestión de Cadena de Suministro, la cual se enfoca en planificar, implementar y controlar efectiva y eficientemente los bienes, servicios e información, con el fin de cumplir las expectativas y necesidades de los consumidores. Santos (2006, como se citó en García et al., 2018).

Actualmente, las empresas buscan la mejora continua de cada uno de sus procesos de producción y comercialización de bienes o servicios, los cuales se sustentan como el principio de planificación y organización (García et al., 2018). Vigo (2007, como se citó en García et al., 2018) afirma que la logística empresarial permite que se lleve a cabo una coordinación eficiente de los procesos de gestión en cada departamento interno, así también como cada función realizada por los trabajadores. Todos los bienes o servicios ofrecidos por una empresa, adquieren mayor rentabilidad al sustentarse en una buena organización, planificación, control y dirección de procesos coherentes y eficaces.

En la actualidad, la gestión logística tiene un rol de suma importancia, debido a la globalización y el incremento de nuevos mercados. En este marco, la logística se define como el vínculo elemental más importante en las metodologías empresariales. Pinheiro et al. (2017). A consecuencia de la globalización, todas las empresas se vieron forzadas a pasar de

una ventaja comparativa a una competitiva, debido a que el mercado requiere mayor eficiencia, eficacia, dinamismo, creatividad, agilidad y flexibilidad en los procesos estratégicos, con el fin de lograr el desarrollo sostenible de la compañía, las cuales deben brindar mayor atención a sus capacidades internas, maximizando sus habilidades, tecnología y actividades para lograr la creación de valor de su ventaja competitiva. B. Meihami y H. Meihami; Wagner y Hollenbeck (como se citó en Pinheiro et al., 2017).

La logística integrada, es el nivel maduro del sistema del área de logística. La evolución de la integración logística, está fraccionada en 3 categorías: logística microintegrada, macrointegrada y autointegrada. Wisner et al. (como se citó en Pinheiro et al., 2017). El buen funcionamiento y manejo de la logística integrada, agrupa un conjunto de operaciones logísticas enlazado a una metodología que funciona para disminuir costos totales, de esta manera se sostendrá el nivel anhelado por el cliente a atender. Wang et al. (citado en Pinheiro et al., 2017). Sin embargo, cabe destacar que, en el costo total se implican cinco niveles primordiales, que, en la logística de costos, son los siguientes: niveles de servicios al consumidor, costos de distribución, costos de almacenamiento, costos de gran capacidad de stock y costos de mantenimiento de inventario. Asimismo, la circulación de datos e informes, cumplen un rol esencial en la integración de la logística. (Pinheiro et al, 2017).

Por otro lado, es importante también poner en contexto cómo y cuándo surge la industria petrolera en el Perú. La historia de los hidrocarburos inicia en la época de los incas, cuando se perforó el primer pozo petrolero peruano en Zorritos, Tumbes, en el año 1863; el cual fue a la vez, el primero a nivel Sudamericano (Bolaños Zapana, 2017).

Bolaños Zapana (2017) relata que las primeras “perforaciones” realizadas fueron en la zona costera del país, fueron excavaciones de pocos metros de profundidad en las que se

almacenaban principalmente petróleo; inicialmente, dicho petróleo era extraído de manera manual, pero debido al rápido desarrollo tecnológico, se vio necesario el implemento de procedimientos mecanizados para dicha actividad.

El Comité de Comercio Exterior (COMEX, 2022) indica que la industria petrolera es una de las actividades fundamentales que favorecen la economía del país. Según cifras de Instituto Nacional de Estadística e Informática (Inei), en el 2021, la industria petrolera fue la segunda actividad que más contribuyó con la economía nacional, registrando más de S/61,516 millones, lo cual representó un 11.1% del PBI nacional.

En definitiva, se puede deducir que actualmente es fundamental que toda empresa, más allá de centrarse en competencias propias del sector donde opera, se debe enfocar principalmente en desarrollar una correcta gestión logística, llevando a cabo una buena administración interna y externa de cada uno de sus procesos, habilidades y tecnologías, lo cual es importante para el desarrollo sostenible de la organización, de modo que, esto le servirá como diferenciador frente a la competencia, en el ámbito de los negocios internacionales.

Por tal motivo, la presente investigación se basará en analizar el desarrollo de la gestión logística en una empresa distribuidora de lubricantes ubicada en el distrito de la Victoria durante el año 2022. La empresa seleccionada es “Distribuida y Negociaciones Dexari”, la finalidad del presente estudio es mejorar sus procesos para lograr un incremento en la rentabilidad; ya que, debido a la coyuntura causada por el Covid-19, la productividad de la empresa se vio un poco afectada; nuestro estudio permitirá que diversas empresas, pertenecientes al mismo rubro, tengan una investigación previa para el análisis de sus procesos logísticos.

Distribuidora y Negociaciones Dexari es una empresa que inició sus actividades el 5 de noviembre del 2020. Su principal actividad económica es la venta al por mayor de combustible sólido, líquido, gaseoso y productos conexos. Cuenta con una cantidad reducida de colaboradores; sin embargo, es personal capacitado en sus respectivas áreas. A pesar de ser una empresa que lleva poco tiempo ejerciendo en el mercado, han tenido un muy buen progreso, fortaleciendo cada día sus negociaciones y generando una mejor relación con sus proveedores y clientes; se enfocan en crecer día a día, adquiriendo siempre mayor conocimiento a través de diversas capacitaciones para lograr tener una evolución progresiva y llegar a cumplir cada una de sus objetivos y metas trazadas.

Adquieren sus productos de los principales proveedores directos y por ende garantizan un buen estándar de calidad, con la mayor garantía de marcas reconocidas y líderes en el rubro de lubricantes, tales como Shell, Castrol, Mobil, Motul, Chevron, Total, Amalie, Gulf, Cam2, Vistony, etc. En el tiempo que llevan comercializando en el mercado, han logrado obtener un reconocimiento y desarrollo continuo, obteniendo clientes fieles y cautivos en base a la labor realizada, los cuales son aliados importantes para el crecimiento de la empresa.

1.2. Justificación

La importancia de realizar la presente investigación, es detallar y analizar el desarrollo de la gestión logística en una empresa distribuidora de lubricantes del distrito de la Victoria, con el fin de plantear una investigación previa para el análisis de los procesos logísticos en los distintos sectores económicos.

Para un mejor entendimiento del tema, Ñaupas et al. (2018) indican que, la justificación de una investigación es esencial, debido a que se fundamentan todos aquellos

motivos por los que se realizó dicha investigación, se explican las razones de su realización y se detalla su importancia.

Justificación teórica

Se aplica cuando el objetivo es determinar la importancia de la investigación según ciertos antecedentes, a su vez determinar si los resultados obtenidos servirán para crear un debate con otras investigaciones o extender los conocimientos y teorías ya existentes, además de ello, se precisa la importancia de la investigación realizada (Ñaupas et al.,2018). Nuestra presente investigación, se justifica de manera teórica debido a que aportaremos información en base a datos previamente investigados, brindando conocimientos relevantes relacionados con nuestro tema principal, y detalla la importancia de desarrollar correctamente cada uno de los procesos logísticos en una empresa.

Justificación metodológica

Se aplica cuando se sigue una cierta ruta de investigación y se usan diversas técnicas o instrumentos para la realización de la misma, que puedan aportar a investigaciones futuras, dichas técnicas o instrumentos pueden ser cuestionarios, pruebas de hipótesis, test, diagramas de muestreo, etc (Ñaupas et al.,2018). El presente estudio, tiene justificación metodológica porque cumple con cada uno de los procedimientos de investigación y puede servir como base para futuras investigaciones dado que podrán obtener diversos datos y antecedentes con respecto a la gestión logística empresarial; en este caso, la técnica de estudio empleada fueron las entrevistas realizadas a los colaboradores de la empresa, y el instrumento de recolección de datos fue la guía de entrevista semiestructurada.

Justificación práctica

Se aplica cuando su realización y resultados aportan en la resolución de algún problema específico, o cuando se brindan ciertas estrategias que contribuyan con el objetivo antes mencionado (Bernal Torres, 2010). Nuestro trabajo de investigación tiene justificación práctica debido a que los resultados obtenidos pueden servir como estrategias para el desarrollo correcto de cada proceso involucrado en la gestión logística.

1.3. Antecedentes

Ñaupas et al. (2018) explican que, en esta parte de la investigación, se deben indicar todos aquellos trabajos de investigación o tesis universitaria de diversos grados, que abarquen nuestro mismo tema de investigación, y que han sido utilizados como guía o base para el desarrollo del presente trabajo. Al citar los antecedentes se debe mencionar el apellido del autor, año, título del trabajo de investigación, universidad donde se sustentó, grado académico optado y las conclusiones.

1.3.1 Antecedentes Internacionales

Durán (2017) realizó la investigación titulada “Validación de un modelo de gestión basado en la logística para la empresa Conauto C.A.” para optar el grado de Magíster en Administración de Empresas en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Sede Ambato. La investigación tuvo como objetivo proponer una validación del modelo de gestión basado en la logística para la empresa Conauto C.A, ya que se considera importante que la empresa pueda modificar y mejorar el modelo de gestión que manejan. La metodología empleada para la investigación fue bajo un enfoque cualitativo, mixto-transversal, mediante encuestas y entrevistas realizadas a las personas que forman parte de la gestión logística, como el gerente y jefe de bodega de la empresa Conauto C.A. Los resultados obtenidos ayudaron a tomar acciones correctivas y desarrollar mejoras en las áreas necesarias. En conclusión, el autor determinó que se pueden tomar decisiones de manera

efectiva y eficaz, con el fin de optimizar los recursos, crear un clima laboral armonizado y buena rentabilidad para la empresa.

Brasales (2018) realizó la investigación titulada “La Gestión Logística y la Competitividad en el Sector Florícola”, para optar el grado de Magíster en Gestión Empresarial en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. El objetivo de la investigación fue plantear un modelo de Gestión Logística que permita tasar los factores que forman parte del proceso productivo del sector florícola para lograr competitividad en dicho sector. En el aspecto metodológico, la investigación fue desarrollada bajo un enfoque cualitativo, a través de encuestas, que permitieron obtener datos, validados y con un nivel de confiabilidad, que brindaron la posibilidad de identificar si existe relación entre las variables. Los resultados obtenidos, permitieron determinar que la empresa Hispanoroses Cia. Ltda, no cuenta con un plan de Gestión Logística diseñado, por dicho motivo, no se tienen definidas las etapas del proceso productivo que realizan ni los tiempos empleados para cada actividad; además de que los trabajadores no tienen conocimiento de los procesos y etapas que siguen en el proceso productivo que se lleva a cabo en la empresa, por lo que existe confusión entre las etapas. El autor concluyó que, la empresa investigada, tendría que implementar un plan de Gestión Logística que le permita diferenciarse de la competencia, ya que sería considerado como una ventaja competitiva que puede brindarle un buen posicionamiento en el mercado.

Ramírez (2018) realizó la investigación titulada “Diseño de una metodología de medición del impacto de la gestión logística de distribución en una empresa mayorista comercializadora de combustible”, para optar el grado de Magíster en Logística Integral en la Universidad Militar Nueva Granada en Bogotá, Colombia. El objetivo de la investigación fue plantear un método que permita medir la gestión logística de distribución en la relación comercial de una empresa mayorista comercializadora de combustible con cada uno de sus

clientes industriales. En el aspecto metodológico, la investigación se desarrolló con un enfoque mixto, por lo que reúne tanto datos cualitativos como cuantitativos, con un tipo de estudio transversal, de investigación aplicada; empleando diversos instrumentos de recolección de datos como diseño de indicadores de medición y control, análisis estadísticos, encuestas formales, entrevistas basadas en cuestionarios y observación directa por parte de expertos. Los resultados obtenidos permitieron que, al realizar un comparativo de operaciones, se logre identificar la homogeneidad existente entre las empresas mayoristas que hacen un esfuerzo por medir la operatividad en cada uno de sus procesos individuales, también se determinó que no se identifica una integridad entre las áreas de una misma organización al evaluar la operación, por lo que no permite tener visión general y detallada de la misma al planificar la mejora de procesos. En conclusión, el autor logró establecer una metodología que permita medir la operación a nivel integral con procesos actuales que se llevan en la operación, facilitando su implementación familiarizando al personal con los conceptos; la metodología se orienta a la evaluación de procesos, clientes y proveedores, permitiendo tener un panorama en línea de operación para la toma de decisiones basados en datos objetivos.

Villacrés (2018) realizó la investigación titulada “Modelo de logística inversa para la gestión eficiente del sector llantero”, para optar el grado de Magíster en Gestión de Operaciones en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. El objetivo de la investigación fue desarrollar un modelo de gestión logística inversa para una gestión eficiente de inventarios fuera de uso del sector llantero. En el aspecto metodológico, la investigación fue de tipo descriptiva-mixta, con un enfoque crítico-propositivo; los instrumentos empleados para la recolección de datos fueron información histórica, guías de observación y encuestas. Dichos resultados permitieron determinar que el principal problema en la logística del sector

Llantero es la llegada al cliente, debido a que se pierde el control de inventarios; además, no cuentan con un modelo de logística inversa que gestione adecuadamente los inventarios fuera de uso que, en su mayoría, se convierten en un problema ambiental. En conclusión, el autor determinó que sería beneficioso para el sector llantero, la implementación de un modelo de logística inversa para la reutilización de neumáticos fuera de uso y aprovechamiento de estos productos, asimismo, ayudar a solucionar el problema ambiental que generan los neumáticos fuera de uso.

Cepeda (2021) realizó la investigación titulada “Control de inventarios de logística inversa en los centros de distribución de alimentos perecibles”, para optar el grado de Magíster en Contabilidad y Auditoría en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador. La investigación tuvo como objetivo crear un diseño de control de inventarios para la logística inversa en centros de distribución de alimentos perecibles, con el fin de componer un método actualizado para el control de los productos que generan las devoluciones por parte de los consumidores, manejo de inventarios y destino final de los insumos. La metodología empleada en la investigación fue de tipo descriptiva y exploratoria, bajo un enfoque cualitativo y un método inductivo, empleando diversos instrumentos de recolección de datos como observación directa, entrevistas de preguntas abiertas y encuestas. Los resultados obtenidos permitieron determinar que no se aplica un adecuado manual de procedimientos para el control de inventarios ya que cada centro de distribución emplea el control de manera diferente, además la falta de consistencia en el área de desmedros y que, en dicha área, no se realizan inventarios diarios de devoluciones en dicha área por lo que no se puede controlar la cantidad de insumos que ingresan a diario por devoluciones. El autor concluyó que los centros de distribución de alimentos perecibles deben implementar la propuesta “DICILOIN” en el control de inventario de logística inversa, para optimizar las

devoluciones de forma ordenada, darle un correcto tratamiento al control de inventarios, a la vez, aplicar un programa de capacitaciones sobre el manual de procedimientos a todo el personal de las empresas en los centros de distribución de alimentos perecibles.

1.3.2 Antecedentes Nacionales

Lara (2017) realizó la investigación titulada “Gestión Logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial, Lima 2017”, para optar el grado de Licenciado en Ingeniería Industrial y Gestión Empresarial, en la Universidad Norbert Wiener. El objetivo de la investigación fue proponer e implementar un plan de gestión logística basado en la optimización de tiempos y procesos innecesarios para mejorar la satisfacción de los clientes, con el fin de mejorar los procesos que se implementaron, desde el 2012 hasta el 2017, en la empresa Cala S.A.C. En el aspecto metodológico, la investigación tuvo enfoque mixto, cualitativo y cuantitativo, con un tipo de investigación proyectivo. Los instrumentos de recolección de datos empleados fueron las encuestas realizadas a los trabajadores de la empresa, así también como una entrevista realizada al Jefe de Producción, Coordinador de Planeamiento y Asistente de compras, con el fin de poder evaluar diferentes opiniones sobre la propuesta. Los resultados ayudaron a identificar que los puntos críticos de la empresa eran la falta de coordinación entre las diversas áreas logísticas, falta de control y coordinación en los procedimientos, lo cual retardaba el cumplimiento de entrega de pedidos a tiempo que afectaba la satisfacción de los clientes. En conclusión, el autor determinó que para la empresa es fundamental poder implementar un plan de gestión logística para mejorar la satisfacción de los clientes, ya que el desarrollo de los procesos que conforman la gestión de procesos, en los años de estudio mencionados, no han generado buenos resultados y la nueva implantación sería muy beneficioso puesto que los orientaría a sus objetivos, con orden y comunicación en las diversas áreas de la gestión logística de la empresa.

Chocca y Escobar (2018) realizaron la investigación titulada “Programación de Abastecimiento y su relación con la Gestión Logística en la Universidad Nacional de Huancavelica-2017”, para optar el grado de Licenciado en Administración, en la Universidad Nacional de Huancavelica. Dicha investigación tuvo como objetivo poder determinar la relación entre la Programación de Abastecimiento y la Gestión Logística. La metodología empleada en la investigación fue científica, siendo los métodos específicos el observacional, inductivo, deductivo y analítico sintético, con un diseño de investigación no experimental de tipo correlacional, utilizando la encuesta como instrumento de recolección de datos. Los resultados demostraron que la intensidad de la relación lineal entre las variables es estadísticamente positiva media, con niveles media de correlación, directamente proporcional y con nivel de confianza de 95%. En conclusión, el autor demostró que existe una relación directa entre la Programación de Abastecimiento y la Gestión Logística en la Universidad Nacional de Huancavelica.

Mujica (2018) realizó la investigación titulada “Compromiso de desempeño y gestión logística en la UGEL de Huamanga Ayacucho 2018”, para optar el grado de Maestro en Gestión Pública en la Universidad César Vallejo. El objetivo de la investigación fue establecer si existe relación entre ambas variables, Compromiso de Desempeño y Gestión Logística, en la UGEL de Huamanga Ayacucho. La investigación fue desarrollada bajo un enfoque cuantitativo, con un método hipotético deductivo, y tipo de estudio básico, con nivel descriptivo y diseño correlacional, transversal; a través de encuestas realizadas a la muestra de 70 docentes en la UGEL Huamanga Ayacucho; los instrumentos fueron validados y la confiabilidad hallada con Alfa de Cronbach, indicaron que es aplicable. Los resultados obtenidos demostraron que, en la prueba de hipótesis entre las dos variables, se obtuvo un coeficiente de correlación de rho de Spearman =.867, el cual indicó una correlación directa alta entre las variables; se decidió rechazar la hipótesis nula, pero se aprobó la hipótesis

alternativa. El autor concluyó que existe una relación significativa entre las variables de estudio de Compromiso de Desempeño y Gestión Logística en la UGEL de Huamanga Ayacucho.

Zevallos (2018) realizó la investigación titulada “Gestión logística y gasto público en el Instituto Nacional de Salud del Niño – San Borja, 2017”, para optar el grado de Maestro en Gestión Pública en la Universidad César Vallejo. La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre ambas variables, Gestión Logística y Gasto Público, en el Instituto Nacional de Salud del Niño. La investigación fue realizada bajo un enfoque cuantitativo, con un nivel descriptivo y correlacional, y con diseño no experimental con corte transversal. El instrumento usado para la recolección de datos fue la encuesta para ambas variables de estudio, Gestión Logística y Gasto Público. Los resultados demostraron que, mediante la aplicación del estadístico rho de Spearman, se determinó que existe una correlación positiva, significativa y alta entre ambas variables. En conclusión, el autor comprobó que la gestión logística tiene relación con las variables de programación de compromiso anual, ejecución del gasto público, fase de evaluación presupuestaria; además, puede precisar que, a una mejor gestión logística, el gasto público es mejor.

Hurtado (2019) realizó la investigación titulada “Análisis de la gestión logística y el sistema de distribución en la empresa consorcio Nex Perú S.A.C, La Victoria”, para optar el grado de Licenciado en Administración en la Universidad César Vallejo. El objetivo de la investigación fue determinar la relación entre ambas variables, Análisis de la Gestión Logística y el Sistema de Distribución en la empresa Consorcio Nex Perú S.A.C. en el distrito de La Victoria. En el aspecto metodológico, la investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con método científico, a través de una metodología aplicada, de nivel descriptivo correlacional, y un diseño no experimental de tipo transversal, mediante encuestas y cuestionarios usados como instrumentos de recolección de datos. Los resultados

obtenidos demostraron un nivel de significancia bilateral (0.000), con un grado de correlación rho de Spearman de 0.704, por lo que la hipótesis nula tuvo que ser rechazada, mientras que la hipótesis alterna fue aceptada. En conclusión, el autor determinó la existencia de una relación entre ambas variables, Análisis de la Gestión Logística y el Sistema de Distribución en la empresa Consorcio Nex Perú S.A.C. La Victoria.

1.4. Bases teóricas

Gestión Logística:

Andino (2006) señala que la gestión logística gestiona de manera eficaz y eficiente el flujo de bienes entre proveedores y clientes. Es una herramienta esencial para la coordinación de funciones y transferencia de productos en la cadena de suministro. La gestión logística tiene 2 objetivos principales: brindar un servicio adecuado, que cumpla con los estándares de calidad y con la satisfacción del cliente; y, por otro lado, la disminución de costes, logrando que sean compatibles con el servicio brindado.

Escudero (2013) comenta que la gestión logística es el proceso encargado de organizar y controlar el almacenamiento de productos como bienes, servicios o información, desde el punto de origen hasta el punto final, con la finalidad de cumplir las necesidades de sus clientes.

Gomez (2013) señala que la gestión logística es un proceso importante adoptado por toda empresa para la organización de todos sus materiales de producción. Es el área que agrupa cada proceso empresarial desde el punto de origen hasta el cliente final; es por ello que, los costos finales de la producción se relacionan con esta área.

Carreño (2017) indica que, desde tiempos inmemorables, la logística era una actividad realizada por el hombre, desde que se empezó a almacenar y transportar diversas

mercancías; sin embargo, no había una definición exacta para el término, hasta el año 1985, cuando la Council of Logistic Management (CLM) define formalmente la logística como el proceso encargado de planificar, llevar a cabo y controlar eficientemente, el flujo de materias primas, inventarios, productos finalizados, servicios e información, desde un punto de origen hacia el de destino, con el propósito de satisfacer las necesidades de los consumidores.

Sub-categorías de la Gestión Logística

1.4.1 Gestión de Compras

Martínez (2007) indica que la gestión de compras consiste en satisfacer y cubrir las necesidades de una empresa con ciertos elementos exteriores a la misma; es decir, adquirir ciertos productos o materiales fundamentales para el funcionamiento de una organización, en las cantidades y plazos requeridos, con el menor precio y calidad necesaria.

Escudero (2013) señala que el departamento de compras son los responsables de conseguir los productos o servicios que la empresa necesita para cumplir con sus clientes; teniendo funciones importantes como la correcta elección de proveedores, verificar la calidad apropiada, lograr una buena relación precio-calidad, etc.

1.4.2 Almacenamiento

Gomez (2013) indica que un almacén es un lugar donde reciben, custodian y protegen diversos tipos de productos con el fin de mantenerlos en las mejores condiciones para su uso en un determinado momento al ser enviados a los consumidores finales.

Escudero (2019) manifiesta que un almacén es aquel lugar donde se guardan o depositan diversos materiales o mercancías y, en algunas ocasiones, se venden artículos al por mayor. Son espacios reguladores del flujo de materiales que están estructurados para recepcionar, custodiar, conservar y controlar mercancías o productos.

Parra et al. (Como se citó en Guzmán et al.,2008) señalan que la distribución es el proceso encargado de localizar los diversos productos de una empresa, en el lugar, tiempo y condiciones requeridos por los consumidores final con la finalidad de cumplir sus necesidades; es decir, seleccionando los canales de distribución y aspectos logísticos correctos.

Castellanos (2009) indica que, es el grupo de determinadas operaciones fundamentales para el movimiento de los productos de una empresa, desde el lugar de origen hacia el de destino, para que lleguen en el tiempo establecido, en óptimas condiciones de calidad y con costos razonables.

Indicadores

Proveedores

Vera (2019) indica que los proveedores son los encargados de entregar los productos correspondientes y en las cantidades solicitadas, hacia ciertas personas o empresas que emplean dichos productos de diferentes maneras, ya sea para un uso directo, venta directa hacia el cliente final o para un proceso de transformación con el fin de obtener un producto distinto.

Calidad de producto

Vargas y Aldana (2014) señalan que la calidad es la búsqueda firme de la perfección en diversos factores como un servicio, producto o incluso en los seres humanos; y que, para ello, es necesario la participación, perfección, responsabilidad y el espíritu de servicio.

Negociación

Para Puchol et al. (2005), la negociación es aquella actividad donde dos o más partes, con intereses complementarios u opuestos, intentan llegar a un acuerdo que tiene como finalidad satisfacer al máximo dichos intereses, y a su vez facilite la oportunidad de nuevas negociaciones a futuro.

Flujo interno de mercancía

Para Flamarique (2018), el flujo interno de mercancía hace referencia a todas aquellas operaciones que se llevan a cabo desde el momento en que la mercancía ingresa al almacén, hasta que sale; en este proceso incluye personas, mercancías e información.

Recepción de productos

Escudero (2019) señala que, la recepción de productos consiste en el ingreso de la mercancía enviada por los proveedores; es el proceso en el cual se verifica que lo recibido coincida con lo detallado en los documentos, además de comprobar cantidad, calidad, etc.

Inventarios

Carreño (2017) define los inventarios, existencias o stock, como aquellas acumulaciones o depósitos de aquellos objetos, materias primas, bienes en proceso o terminados, que forman parte de la cadena de suministro y que son guardados en los almacenes; mantener inventarios tiene un gran beneficio que se relaciona con las mejoras del servicio al cliente, ya que este podrá encontrar el producto disponible en el lugar y momento necesario.

Canales de Distribución

Velázquez (2012) indica que, los canales de distribución son todas aquellas personas u organizaciones que forman parte del proceso que consiste en poner a disposición un producto o servicio hacia los consumidores finales; consisten en facilitar el traslado de la mercancía. Estos participantes pueden ser fabricantes, minoristas, mayoristas, detallistas, consumidores, etc.

Tiempo requerido (“Just in time”)

Según Martínez (1993, citado en Pando, 2020) el concepto de “Just in time” es un sistema de gestión basado en controlar la elaboración de productos de calidad en el tiempo requerido para no generar pérdidas de stock, con el fin de reducir costos y garantizar que se le ofrezca al cliente productos de buena calidad, en la cantidad y tiempos requeridos.

Satisfacción del cliente

Cabral (2007) indica que, la satisfacción de los clientes es el estado de ánimo de los clientes frente al producto o servicio brindando; es un elemento importante para las empresas debido que influye en diversos factores como la competitividad de la misma, fidelización y recomendación de los clientes, satisfacción de los colaboradores, es por ello que, es importante evaluar constantemente el nivel de satisfacción o insatisfacción de los clientes con el fin de realizar acciones de mejora para lograr cumplir los objetivos establecidos.

1.5. Formulación del problema

1.5.1 Problema General

¿Cuáles son las características de la gestión logística en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022?

1.5.1 Problemas Específicos

¿Cómo se lleva a cabo la gestión de compras en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022?

¿Cómo funciona el almacenamiento de productos en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022?

¿Cómo se desarrolla el proceso de distribución en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022?

1.6. Objetivos

1.6.1 Objetivo General

Describir las características de la gestión logística en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022.

1.6.1 Objetivos Específicos

Identificar cómo se lleva a cabo la gestión de una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022.

Describir cómo funciona el almacenamiento de productos en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022.

Identificar cómo se desarrolla el proceso de distribución en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022.

1.7. Hipótesis

Ñaupas et al. (2018) señala que las hipótesis buscan brindar respuesta al problema de una investigación proponiendo una posible solución que genere relación entre la teoría y la práctica; además de ello, en una investigación cualitativa no se acostumbra a formular hipótesis científica, ya no el objetivo no es confirmar una hipótesis sino interpretar hechos.

En este caso, el presente trabajo es de tipo cualitativo de nivel descriptivo, donde se buscar interpretar los procedimientos logísticos de la empresa, por dicha razón no es necesario formular hipótesis.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1 Tipo y diseño de investigación

La presente investigación es de tipo básica, Behar (2008) indica que una investigación básica, pura o fundamental, se caracteriza por tener como base un marco teórico, con el fin de plantear teorías nuevas o transformar algunas ya existentes con el objetivo de ampliar conocimientos. Por esta razón, se elige este tipo de investigación, ya que se respalda con teorías basados en autores especialistas en el tema desarrollado.

2.1.1 Enfoque de investigación

Se decidió seguir un enfoque cualitativo que se fundamenta en un proceso inductivo, el cual busca examinar y especificar datos, para luego generar criterios teóricos; mayormente, en este tipo de investigaciones, no se prueban hipótesis ya que generalmente se analizan una serie de datos no estandarizados, recolectados mediante diversos métodos, sin medición numérica, para darle respuesta a la interrogante de la investigación y proceder a determinar ciertas conclusiones (Hernández et al., 2006).

2.1.2 Nivel de investigación

Se lleva a cabo un nivel descriptivo ya que se busca explicar una realidad basada en la variable de gestión logística, Behar (2008) expresa que, una investigación descriptiva emplea un método de análisis que busca caracterizar un objeto o situación específica, determinando cada una de sus características y propiedades; puede ser base para investigaciones futuras de mayor profundidad, ya que se centra en identificar aspectos relevantes de una realidad y pueden desarrollarse mediante técnicas cualitativas y cuantitativas.

Diseño de investigación

Por último, se realiza la investigación con un diseño fenomenológico, Ñaupas et al. (2018) indica que la fenomenología tiene como objetivo estudiar la relación entre los hechos y el entorno y su influencia con la investigación. En este caso se busca identificar el desarrollo de gestión logística en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022.

2.2 Población y muestra

2.2.1 Población

La población es considerada como la totalidad de nuestro fenómeno de estudio, el todo de una investigación. Es el conjunto de elementos donde se emplearán diversos métodos o técnicas para llevar a cabo el estudio de un conglomerado de individuos. Hace referencia a un conjunto de unidades o elementos, que comparten ciertas características, propiedades o cualidades, generales o específicas, que van a ser estudiadas con el fin de obtener un análisis (Cabezas et al., 2018).

De la misma manera, Vara (2008) expresa que la población es el conjunto de todas aquellas unidades de análisis, individuos o situaciones, de los cuales se estudiarán ciertas cualidades o propiedades que tienen en común.

La población considerada para nuestra investigación se obtuvo considerando a los 9 trabajadores de la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari de las diferentes áreas como Gerencia General, Ventas, Gestión de Compras, Almacenamiento y Distribución.

2.2.2 Muestra

La muestra es un subgrupo de los elementos pertenecientes a la población, de la cual es conveniente separar y determinar una muestra representativa para el análisis. Si bien es

cierto, existe cierta dificultad al medir a la población en su totalidad, es por ello que se obtendrá este subgrupo, es decir la muestra, que pueda representar a dicha población (Behar, 2008).

Igualmente, Vara (2008) manifiesta que la muestra es ese conjunto de unidades extraídas de la población, y que son elegidos por medio de algún método de muestreo, el cual, en este caso será el muestreo no probabilístico intencional, que es una técnica que se lleva a cabo bajo diversos criterios de selección como conocimiento del investigador, comodidad, etc, más no al azar, generalmente se realizan en investigaciones de tipo cualitativas, ya que son más económicas y rápidas; de tipo intencional, debido a que la muestra seleccionada fue por criterio del investigador. Para la presente investigación, la muestra serán 4 representantes de las áreas relacionadas a la logística en la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari, Lima 2022.

Tabla 1 : Datos de entrevistados

Nombre y Apellido	Edad	Área laboral	Tiempo de servicio en la empresa
Javier Serra Berrú	42	Gerencia	2 años 4 meses
Andrés Huapaya Portocarrero	36	Gestión de compras	2 años 1 mes
Enrique Asenjo Quiñones	35	Almacenamiento	2 años
Edison Isuza Ramírez	40	Distribución	2 años

Nota. En la tabla podemos observar los datos demográficos de nuestros 4 entrevistados, los cuales conforman nuestra muestra.

Elaboración Propia (2022)

Criterios de inclusión

- Trabajadores representantes de cada área relacionada a los procesos logísticos.
- Trabajadores que cuenten con el conocimiento requerido sobre la logística de la empresa.
- Trabajadores que pertenezcan a la empresa desde el inicio de sus actividades.

Criterios de exclusión

- Trabajadores que no sean representantes de cada área relacionada a los procesos logísticos.
- Trabajadores que no cuentan con conocimiento requerido sobre la logística de la empresa.
- Trabajadores que no pertenezcan a la empresa desde inicio de sus actividades.

2.3 Técnicas e instrumento de recolección y análisis de datos

La recolección de datos hace referencia a los diversos métodos y herramientas que el investigador empleará en su estudio para el desarrollo y análisis de información, estos varían según el tipo de investigación que se realiza (cuantitativa o cualitativa) y pueden ser entrevistas, encuestas, observación, diagrama de flujos, cuestionarios, etc (Behar, 2008).

2.3.1 Técnica

Las técnicas de recolección de datos son aquellos mecanismos disponibles para el investigador, que tienen la finalidad de recopilar toda la información necesaria para el desarrollo del estudio. Son herramientas de apoyo y tienen carácter instrumental, varían dependiendo de la naturaleza del problema y metodología de la investigación; además, es recomendable complementar la información obtenida con técnica principal, con una

secundaria (Vara, 2008). En este caso, para nuestra investigación, la técnica de recolección elegida fue la entrevista.

2.3.2 Instrumento

Los instrumentos de recolección de datos son diversos materiales que ayudaran al investigador en la aplicación y ejecución de la técnica elegida, además de ayudar a desarrollar y registrar la información obtenida. Existen instrumentos adecuados para cada tipo de investigación, los cuales deben adaptarse de la mejor manera para que se apliquen correctamente; y, en todo caso no haya instrumentos apropiados, se deben elaborar y validar (Vara, 2008). El instrumento que se aplicará en nuestra investigación será la guía de entrevista semiestructurada, ya que se adapta a la técnica de recolección de datos y al enfoque de nuestra investigación.

Una entrevista semiestructurada es una reunión entre entrevistador y entrevistado(s), que consiste en una serie de preguntas, que tienen como base una guía de temas o preguntas previas, por parte del entrevistador, el cual tiene libertad de poder adicionar ciertas preguntas durante el transcurso de la misma con el objetivo de poder obtener la mayor cantidad de datos o información posible y precisos para su estudio. Esta guía generalmente consiste en preguntas de tipo abiertas, con el fin de que el entrevistado pueda expresarse y realizar diversas acotaciones importantes o matrices en sus respuestas que puedan brindarle al entrevistador mayor información (Hernández et al, 2014).

2.3.3 Validez del instrumento

La validez del instrumento hace referencia a la exactitud y eficacia que se obtendrá con el instrumento elegido para la recolección de datos. Ugarriza (como se citó en Ñaupas et al., 2018). Para efectos de la validación de nuestro instrumento acudimos al Juicio de

expertos, compuesto por docentes de la Universidad Privada del Norte, encargados de validar nuestro instrumento.

Tabla 2 : Validación de expertos

Expertos	Calificación	Comentario
Jimmy Herrera Gutiérrez	24	Válido, aplicar
Guimel Valcazar Montenegro	24	Válido, aplicar
Maria Pachas Fuentes	24	Válido, aplicar

Nota. En la tabla podemos observar los datos de los expertos que validaron nuestro instrumento.

Elaboración Propia (2022).

2.4 Procedimiento de recolección de datos

En primera instancia, se seleccionó la técnica e instrumentos de recolección de datos que se emplearían en nuestra investigación, los cuales fueron validados y calificados por docentes de la Universidad Privada del Norte; teniendo dicha validación y elegida nuestra muestra, se procedió a coordinar la fecha para las entrevistas, realizadas de manera virtual mediante el programa de videoconferencias Zoom.

Durante nuestras entrevistas, se inició informando a los entrevistados el motivo y finalidad de las mismas y solicitándoles permiso para grabar, se continuó con la aplicación del instrumento, dichas entrevistas constaron de 12 preguntas en total, 3 iniciales para obtener información general como al área laboral de cada entrevistado, tiempo en la empresa y sus opiniones sobre la importancia de la gestión logística; y 9 preguntas adicionales sobre cada uno de nuestros indicadores, y se finalizó agradeciendo a los entrevistados por su tiempo y consideración.

Finalizadas las entrevistas, se prosiguió con la triangulación de respuestas obtenidas, de manera exacta sin ningún tipo de alteración, para un nuestro análisis con total transparencia; se codificaron los nombres de nuestros entrevistados, para una mejor comprensión y practicidad de la información obtenida al momento de realizar nuestros esquemas de resultados.

2.5 Aspectos éticos

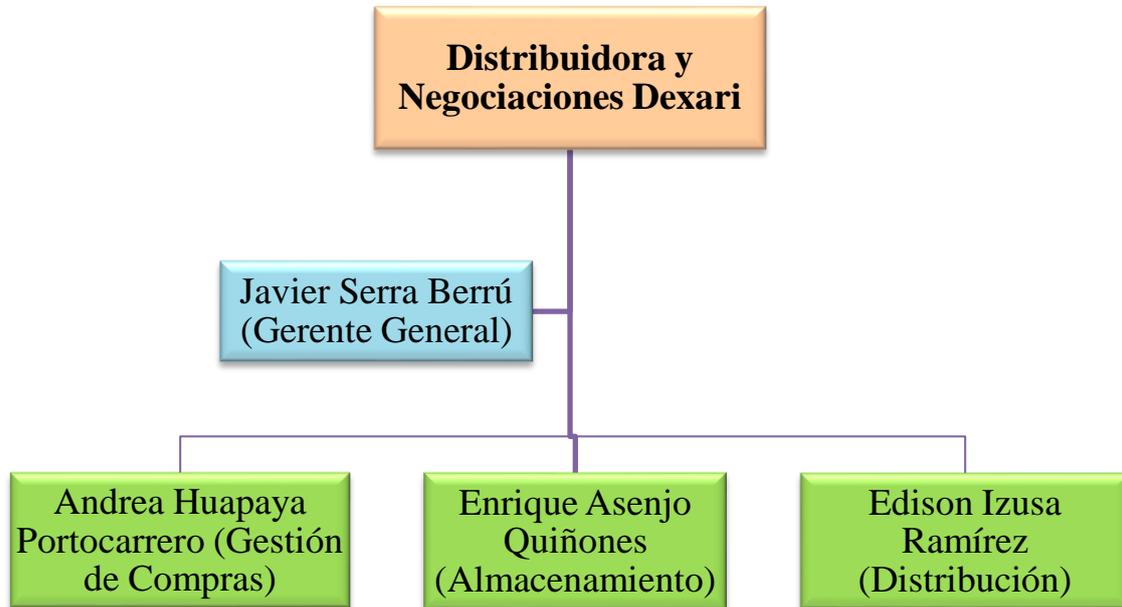
La presente investigación tuvo como objetivo presentar información fidedigna y genuina; es por ello que, cada uno de los datos u opiniones brindadas por nuestros entrevistados, se desarrolló con total transparencia, sin alterar o modificar ninguna de las respuestas obtenidas para poder presentar un estudio verídico; cabe resaltar que, se contó con el consentimiento y conocimiento de los mismos, en cuanto al motivo y finalidad de nuestra investigación. Además de ello, la información empelada se respalda con referencias bibliográficas, para las cuales se empleó el formato APA 7ma edición, para que se puedan verificar las fuentes de información empleadas en nuestro estudio, las cuales fueron extraídas de diversos autores que hacen referencia a nuestra variable.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Según Hernández et al. (2006), reportar los resultados de una investigación cualitativa es la representación de la finalización de nuestro estudio; es una manera efectiva de describir hacia otras personas la investigación realizada. A través de los resultados se le da respuesta a los problemas y objetivos planteado con anterioridad, explicando los métodos y estrategias empleados para su desarrollo; se lleva a cabo el análisis de los datos recolectados en el tiempo empleado para la realización de la investigación, lo cual, a diferencia de los resultados cuantitativos, se realiza de manera narrativa.

El objetivo de este capítulo es dar respuesta a nuestra problemática general: ¿Cuáles son las características de la gestión logística en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022? Según lo mencionado en el capítulo II, el instrumento utilizado para la recolección de datos fue la guía de entrevista semiestructurada, la cual se realizó a 4 miembros de la empresa. Cada entrevista estuvo compuesta por un total de 12 preguntas; de las cuales, las 3 primeras fueron para recabar información sobre el área laboral de cada entrevistado, el tiempo que llevan laborando en la empresa, sus funciones y opinión sobre la importancia de la gestión logística; adicionalmente, se realizaron 9 preguntas relacionadas a nuestras subcategorías e indicadores.

Figura 1: Representación de áreas de trabajo de entrevistados



En esta figura podemos observar las áreas laborales de cada uno de nuestros entrevistados.

Elaboración Propia (2022)

3.1 Descripción de resultados

Con la finalidad de tener un mejor manejo y practicidad de la información, se han codificado los nombres de los entrevistados de la siguiente manera:

Entrevistado 1 (E1): En referencia a Javier Serra, Gerente General.

Entrevistado 2 (E2): En referencia a Andres Huapaya, Jefe de Aprovisionamiento.

Entrevistado 3 (E3): En referencia a Enrique Asenjo, Encargado de Almacén.

Entrevistado 4 (E4): En referencia a Edison Isuza, Jefe de Transporte.

Según lo plasmado en nuestra matriz de categorización, las subcategorías están orientadas en el análisis de la gestión logística, la cual consta de 3 aspectos fundamentales. A continuación, se precisan las respuestas obtenidas por nuestros entrevistados basadas en las subcategorías analizadas con respecto a la gestión logística empleada en la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari.

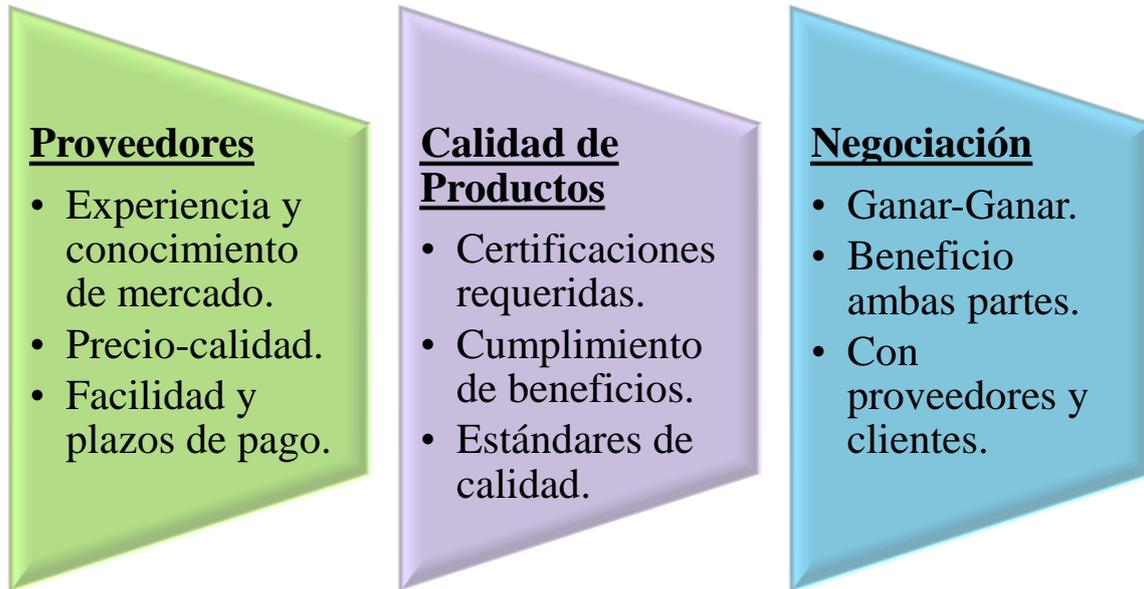
3.1.1 Gestión de compras

El E1 y E2 coinciden que, para la selección de proveedores, es fundamental que cuenten con experiencia dentro del sector al que pertenecen debido a que, de alguna manera, ello garantiza su conocimiento de cada producto ofrecido. Además de ello, el E3 y E4, indican que otro punto clave de selección es el precio ofrecido, el cual deben ir en relación con la calidad del producto; mencionan también que, es conveniente poder analizar las facilidades y plazos de pago que los proveedores puedan brindar, considerando que con cada uno de ellos es diferente.

Todos nuestros entrevistados indican que para comprobar la calidad de los productos que adquieren, verifican que cada uno de ellos cuenten con las certificaciones requeridas; el E1 y E4 mencionan que además de ello, los productos deben cumplir con los beneficios indicados. El E2 y E3 adicionan que, es importante el cumplimiento de los estándares de calidad.

El E1 refiere que la estrategia de negociación que la empresa utiliza para sus negociaciones, es la de ganar-ganar dado que es importante que ambas partes obtengan un beneficio. El E2, E3 y E4 también confirman dicha estrategia, además de mencionar que se realiza tanto con sus proveedores como con sus clientes.

Figura 2: Gestión de compras en la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari



En esta figura podemos observar el proceso de Gestión de Compras en la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari.

Elaboración Propia (2022)

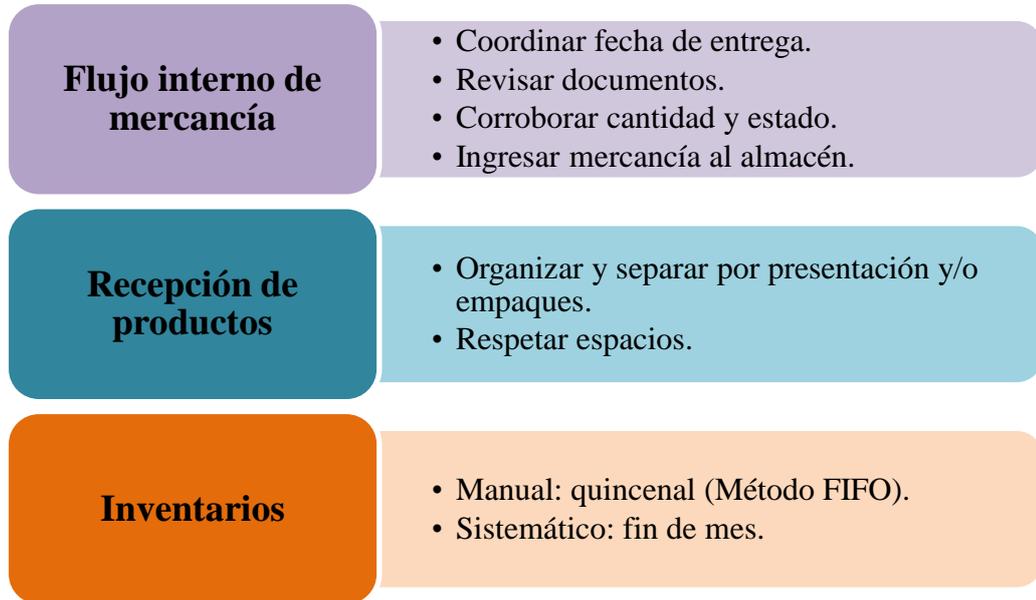
3.1.2 Almacenamiento

Nuestros entrevistados indican que el flujo interno de la mercancía inicia cuando se reciben los productos. El E2 y E4 mencionan que, previamente coordinada la fecha de entrega con cada proveedor, se deben revisar los documentos necesarios con la finalidad de corroborar que las cantidades solicitadas coinciden con la recibida; luego de haberse verificado ello, se procede a ingresar la mercancía al almacén. El E1 y E3 reconocen que, es crucial poder examinar que todos los productos se encuentran en correcto estado antes de recibirlos al momento de contabilizar la cantidad.

Los entrevistados concuerdan que, una vez ingresados los productos al almacén, estos son organizados y separados por presentaciones y/o empaques, debido a que cada uno de ellos cuenta con un espacio asignado, los cuales deben mantenerse siempre en orden y limpios, como consecuencia de que cada presentación y/o empaque requiere un cuidado y manipulación distinta. El E1 y E3 detallan que las diversas presentaciones y/o empaques que tienen son: cajas, galones, litros, baldes, cilindros.

El E1 y E3 indican que el inventario se realiza cada fin de mes en el sistema, verificando las cantidades con facturas de ingreso y egreso; sin embargo, cada 15 días se realiza un conteo manual y rápido de la mercancía, organizándola mediante el método “FIFO” o “Primero en ingresar-Primero en salir”, el cual consiste en ir ordenando los productos según las fechas de vencimiento, los que estén próximos a vencer deben ir primeros ya que serán los principales en venderse, y los que tengan una fecha de vencimiento más alejada, serán los que se vayan vendiendo después. El E2 y E4 mencionan que este método es importante y que sirve para evitar pérdidas de mercancía y, por tanto, económica.

Figura 3: Almacenamiento en la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari



En esta figura podemos observar el proceso de Almacenamiento en la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari.

Elaboración Propia (2022)

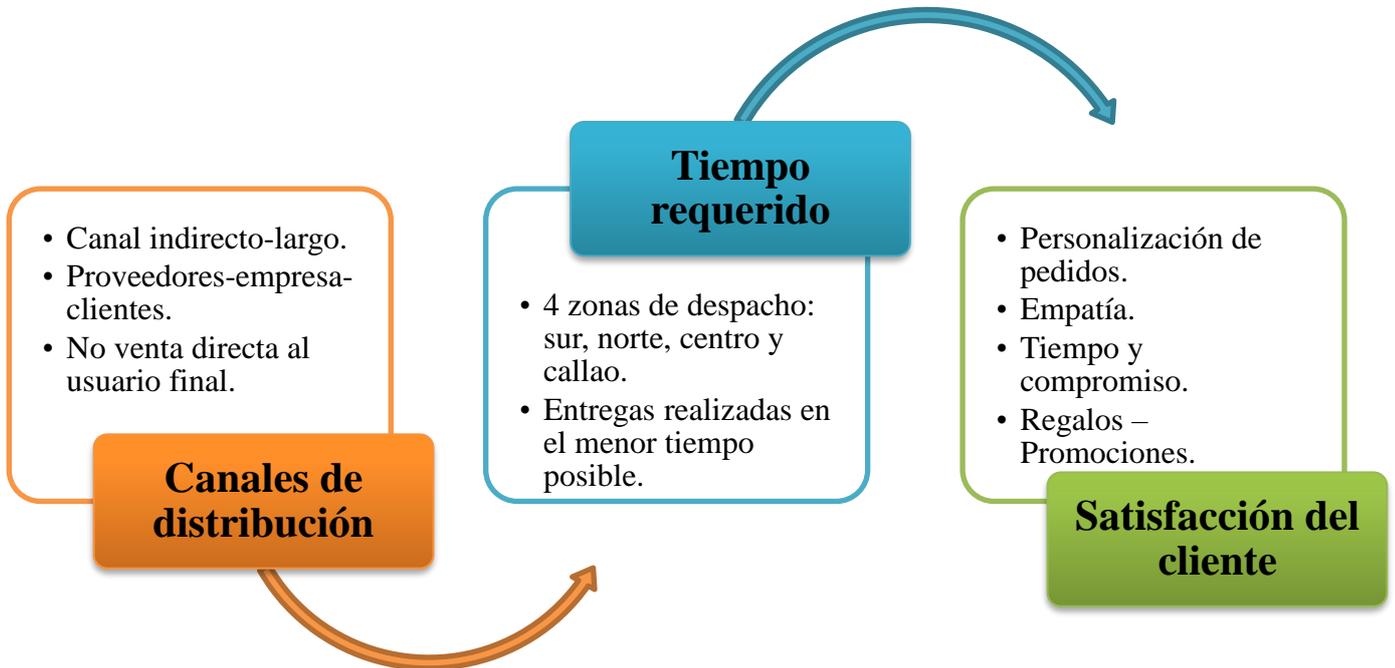
3.1.3 Distribución

Todos nuestros entrevistados indican que el canal de distribución que emplean es el indirecto-largo, ya que intervienen diversos agentes durante todo el proceso de venta, el cual inicia cuando se obtienen los productos de los proveedores de confianza (fabricantes); luego la empresa, como mayorista, realiza la venta hacia sus clientes, lo cuales suelen ser minoristas que cuentan con lubricentros y en dicho lugar es donde realiza la venta hacia los usuarios finales. El E2, E3 y E4 mencionan que la empresa ha decidido sólo trabajar con proveedores y minoristas, más no con el usuario final por el momento.

La empresa maneja 4 zonas de despacho: sur, norte, centro y callao, a las cuales se le asignan de 1 a 2 días de reparto según la cantidad de pedidos. El E1 y E4 indican que el equipo de ventas, se encarga de realizar las coordinaciones pertinentes para cada pedido como cantidades solicitadas, formas y plazos de pago, puntos de entrega, etc; posteriormente, derivan la información de entregas al equipo de distribución, quienes son los encargados de realizar la mejor ruta. El E2 y E3 adicionan información indicando que la empresa pretende realizar las mejores rutas con la finalidad de que cada entrega sea realizada en el menor tiempo posible, para así lograr cumplir con la mayor cantidad de pedidos por día.

El E1 y E2 indican que para toda empresa es fundamental cumplir las necesidades y expectativas de cada uno de sus clientes. Como empresa, cuentan con pilares importantes para lograr satisfacer a su clientela como la personalización, brindando cierta orientación a cada cliente sobre los productos según su necesidad. Además de ello, son empáticos ya que ofrecen diversas formas y facilidades de pago; otro pilar con el que cuentan es el tiempo y compromiso, debido a que siempre tratan de organizar cada proceso de la mejor manera para lograr cumplir con los tiempos coordinados. Indican que, como un plus o valor agregado, ofrecen variados regalos a sus clientes por cierta cantidad de pedidos; verifican que logran cumplir con la satisfacción de sus clientes, cuando estos vuelven a realizar pedidos, o en ciertos casos, los recomiendan con nuevos clientes. El E3 y E4 mencionan que, tener un diferenciador frente a la competencia es crucial ya que le ayuda a la empresa a marcar una cierta preferencia por parte de los clientes.

Figura 4: Distribución en la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari



En esta figura podemos observar el proceso de Distribución en la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari.

Elaboración Propia (2022)

3.2 Tabla de resultados

Gestión de compras – Proveedores

Tabla 3 : Entrevista sobre Gestión de compras - Proveedores

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3	E4
Proveedores	¿Cuáles son los criterios de selección para elegir a sus proveedores?	El criterio más importante es la experiencia y el tiempo que llevan ejerciendo en el mercado, ya que así podrá garantizarnos su conocimiento sobre cada producto; otros criterios son los precios que ofrecen, la calidad de sus productos, garantías que brinda, la reputación y recomendaciones.	Pienso que para nosotros uno de los criterios más importantes debe ser la experiencia y el conocimiento que tengan del mercado, otro punto importante es el precio, ya que debemos optar por el más accesible pero que vaya de la mano con la calidad, también es importante las facilidades de pago y promociones que puedan ofrecer.	El criterio fundamental son los precios que ofrecen, lo cual va en relación con la calidad de productos, así como las facilidades de pago que puedan brindar y las promociones. Además, deben contar con experiencia dentro del sector.	Pienso que es fundamental la calidad de productos y los precios que ofrecen, también las facilidades y plazos de pago que puedan ofrecer y promociones. Deben contar con la experiencia necesaria sobre el mercado y los productos.

Elaboración Propia (2022)

Interpretación:

El criterio principal que usa la empresa para la elección de sus proveedores, es en base a la experiencia y el tiempo que lleven ejerciendo en el mercado, ya que esta manera garantizan que cuentan con el conocimiento necesario y requerido sobre cada uno de los productos; además de que deben asegurar que su mercancía cuenta con la calidad requerida.

Gestión de compras – Calidad de productos

Tabla 4: Entrevista sobre Gestión de compras - Calidad de productos

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3	E4
Calidad de productos	¿Cómo comprueban la calidad de los productos que adquieren?	La calidad de los productos la medimos principalmente corroborando que cuenten con las certificaciones requeridas, además de verificar las especificaciones, características y beneficios que ofrecen.	Siempre verificamos que sus productos cuenten con las certificaciones y especificaciones requeridas por el mercado, ya que es importante que nos garanticen que cumplen con los estándares de calidad necesarios.	Para comprobar la calidad de productos, verificamos que cuenten con las certificaciones requeridas dentro del rubro al que pertenecemos, además también comprobamos la calidad mediante el cumplimiento de los beneficios de cada producto.	Todos los productos que adquirimos deben contar con las certificaciones y especificaciones necesarias. Además, debe cumplir con los beneficios indicados para cada producto.

Elaboración Propia (2022)

Interpretación:

Según los entrevistados, para asegurar que los productos que obtienen cuentan con los estándares de calidad requeridos, estos deben contar con las certificaciones necesarias dentro del mercado; además de que deben cumplir con sus especificaciones, características y beneficios.

Gestión de compras – Negociación

Tabla 5: Entrevista sobre Gestión de compras - Negociación

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3	E4
Negociación	¿Cuáles son las estrategias de negociación que utilizan para sus procesos de compras?	Nuestra estrategia es ganar-ganar, buscamos que ambas partes obtengan beneficios, tanto con nuestros proveedores, como con nuestros clientes. Al momento de realizar las negociaciones, debemos tener fijada la cantidad que se solicitará y la forma de pago, ya que con cada proveedor es distinto, algunos ofrecen mayores descuentos cuando se cancela en efectivo, algunos brindan ciertas promociones por cada cantidad solicitada, etc.	Nuestra estrategia es la de ganar-ganar, para que ambas partes obtengan beneficios. Es importante tener conocimiento de cada proveedor y productos. Al momento de negociar, se deben tener establecidas las cantidades necesarias, luego consultamos si tienen algún tipo de promoción según producto, cantidad, etc. Si lo anterior nos resulta favorable, consultamos las formas de pago y plazos para el mismo, cada proveedor lo maneja de manera diferente. Finalmente, se procede a coordinar la fecha de entrega de la mercancía.	Nuestra estrategia consiste en que tanto nuestros proveedores y clientes, como nosotros podamos obtener ciertos beneficios. Para cerrar una negociación, se tocan puntos importantes como las formas de pago y precios según la cantidad solicitada, ya que muchos proveedores fijan precios menores por ciertas grandes cantidades, además de ellos, además de ello, también se coordina la fecha y puntos de entrega.	Nuestra estrategia consiste en que ambas partes obtengamos beneficios (ganar-ganar). Es importante poder fijar las cantidades que se solicitaran, ya que algunos de nuestros proveedores ofrecen precios convenientes según la cantidad que se pida, lo cual es beneficioso para los dos. Es importante poder coordinar también las formas y facilidades de pago y las entregas.

Elaboración Propia (2022)

Interpretación:

La estrategia de negociación que la empresa emplea, es la de “ganar-ganar”, que consiste en que ambas partes obtengan los beneficios que buscan, tanto con los proveedores como con los clientes. Para esto, es importante que para negociar, se tengan fijadas

las cantidades a solicitar y la forma de pago, ya que con cada proveedor y cliente es distinto; muchas veces, el precio es menor siempre y cuando la cantidad solicitada sea grande, o en ciertos casos, un menor precio por pagos en efectivo.

Almacenamiento – Flujo interno de mercancía

Tabla 6: Entrevista sobre Almacenamiento - Flujo interno de mercancía

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3	E4
Flujo interno de mercancía	¿Cuál es el flujo interno de la mercancía al momento de su recepción?	El flujo interno de nuestra mercancía comienza cuando se reciben los productos. Primero se solicitan los documentos necesarios, para corroborar que la cantidad solicitada de cada producto es la que se está solicitando; posteriormente, se procede a verificar el estado de los productos, para evitar algún tipo y finalmente se coloca la mercancía en el lugar destinado para cada producto.	Previamente coordinada la fecha de entrega con cada uno de nuestros proveedores, se recibe la mercancía junto con los documentos necesarios, verificando que se encuentren en orden y que coincidan con las cantidades solicitadas. Finalmente, cuando ha verificado todo lo anterior, se lleva toda la mercancía al lugar establecido en nuestro almacén.	Se recibe la mercancía en el día coordinado con el proveedor junto con los documentos, los cuales se deben revisar bien para corroborar que todo esté en orden en cuanto a la cantidad y estado de los productos. Después de ello, se procede a ingresar la mercancía a nuestro almacén para organizarlo correctamente.	Previamente se coordina el día de entrega con nuestros proveedores, cuando la mercancía llega a nuestro almacén, se revisan los documentos ya que se debe verificar que la cantidad sea correcta. Luego la verificación respectiva, se procede a ingresar la mercancía al almacén para que sea organizada.

Elaboración Propia (2022)

Interpretación:

El flujo interno de la mercancía inicia cuando se reciben los productos; previamente coordinada la fecha de entrega con los proveedores, se solicitan los documentos necesarios con los cuales se corrobora que la cantidad de productos solicitada coincide

con la recibida, luego se procede a verificar el correcto estado de la mercancía. Finalmente, se ingresa la mercancía al almacén para que sea organizada en su lugar establecido.

Almacenamiento – Recepción de productos

Tabla 7: Entrevista sobre Almacenamiento - Recepción de productos

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3	E4
Recepción de productos	¿Cómo es el proceso de recepción de los productos que ingresan a su almacén?	Luego de verificar la cantidad y estado de los productos, se procede a ingresar la mercancía a nuestro almacén; está es organizada y separada por empaques y/o presentaciones (litros, galones, baldes, cilindros), se trata de respetar y mantener siempre dicho orden ya que cada producto requiere un cuidado distinto.	En nuestro almacén tenemos designado ciertos espacios para los productos según la presentación, ya que cada uno necesita un cuidado y trato especial. Cuando la mercancía se encuentra en nuestro almacén, el equipo encargado procede a organizar cada producto en los espacios establecidos manteniendo siempre el orden y limpieza.	Una vez verificado los documentos y recibido la mercancía, procedemos a organizarlos dentro de nuestro almacén, en el cual se tiene designado un lugar para cada tipo de presentación o empaque por producto (galones, baldes, cajas, etc), debido a que cada uno de ellos necesita un trato especial y diferente, los cuales se deben respetar y organizar efectivamente.	Cuando se haya verificado que el pedido se encuentra en orden, la mercancía se ingresa a nuestro almacén; en el cual, se tiene asignado un espacio por cada presentación de productos, ya que cada uno requiere una manipulación y cuidado distinto, por lo cual se trata de mantener siempre el orden y organización.

Elaboración Propia (2022)

Interpretación:

Una vez verificada la cantidad y estado de productos, se procede a ingresar la mercancía en el almacén; en el cual se tiene asignado un lugar por cada empaque y/o presentación (litros, cilindros, galones, baldes, etc) debido a que cada uno de ellos requiere una manipulación y cuidado distinto. Dichos espacios deben respetarse y mantenerse siempre en orden.

Almacenamiento – Inventarios

Tabla 8: Entrevista sobre Almacenamiento - Inventarios

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3	E4
Inventarios	¿Cuál es el proceso para la realización de sus inventarios?	Nuestra rotación de productos la realizamos cada 15 días, usando el método FIFO, por lo cual se va realizando un conteo rápido y manual. Nuestro equipo recibe constantes capacitaciones para poder realizar un trabajo más eficiente y obtener mejores resultados. Cada fin de mes, se verifica en el sistema todas aquellas facturas del mes (de ingreso y de egreso), luego se realiza el conteo de productos por cada espacio para seguir manteniendo el orden y se van registrando las cantidades en el sistema.	Los productos se van rotando cada 15 días mediante el método “Primero en ingresar – Primero en salir”; es decir se van organizando los productos que tengan fechas próximas de vencimiento para que sean los primeros en salir, para evitar tener productos vencidos y por ende evitar pérdidas; y ese momento se va realizando un conteo de la mercancía en el momento. Cada fin de mes, se realiza un control más detallado, verificando también las facturas en el sistema.	De manera sistemática se realiza cada fin de mes; sin embargo, cada quincena se organizan los productos mediante el método FIFO, que consiste en que los primeros productos que nos llegaron, sean los primeros en venderse. Para ello, nuestro equipo recibe capacitaciones constantemente, para realizar un trabajo cada vez más eficiente.	Sin embargo, se necesita un orden adecuado para los productos, es por ello que cada 15 días se realiza un control y conteo manual de la mercancía, usando el método de “Primero en llegar, primero en salir” para organizar los productos según fechas de vencimiento, y de esa manera evitar pérdidas. Cada fin de mes se realiza el inventario detallado en el sistema, corroborando también las facturas y verificando que todo coincida.

Elaboración Propia (2022)

Interpretación:

Sistemáticamente los inventarios se realizan cada fin de mes, verificando las facturas de ingreso y egreso, luego se realiza un conteo de productos por cada espacio para verificar que las cantidades sean exactas. Sin embargo, cada quincena se realiza una rotación de productos mediante el método FIFO (first in- first out), que consiste en organizar los productos según fechas de vencimiento; los primeros en vencer son los que se deben vender primero para así evitar tener productos vencidos y, por ende, evitar pérdidas.

Distribución – Canales de distribución

Tabla 9: Entrevista sobre Distribución - Canales de distribución

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3	E4
Canales de distribución	¿Cuál es el canal de distribución que usan generalmente y cómo lo seleccionan?	Usamos el canal de distribución indirecto–largo, ya que obtenemos nuestros productos de nuestros proveedores (fabricantes); y nosotros, como mayorista, realizamos las ventas a nuestros clientes de cobertura, generalmente son minoristas que cuentan con lubricentros, y son ellos quienes concretan las ventas con el cliente final. Lo seleccionamos por el conocimiento que se tiene del mercado, también por la buena relación que se tiene con los proveedores y clientes.	El canal que usamos es el indirecto de tipo largo, ya que intervienen diversos agentes durante el proceso de venta. Adquirimos los productos de nuestros proveedores de confianza; luego, nosotros siendo mayoristas realizamos las ventas hacia nuestros clientes (minoristas) y son ellos los que realizan la venta directa hacia el cliente final. Se seleccionó dicho canal ya que el gerente cuenta con la experiencia y conocimiento requerido, se decidió trabajar directamente sólo con proveedores y minoristas, más no con los usuarios finales por el momento.	Nuestro canal de distribución es el indirecto-largo, debido a que no tenemos contacto con el usuario final por el momento. Nuestro proceso comienza al obtener los productos de nuestros proveedores, los cuales llegan a nuestro almacén; posteriormente, nosotros como mayoristas realizamos las ventas hacia nuestros clientes (minoristas), y ellos se encargan de la venta final hacia los usuarios finales.	La empresa maneja un canal de distribución indirecto largo, trabajamos directamente con los proveedores, más no con el usuario final. Se adquieren los productos de nuestros proveedores de confianza y nosotros realizamos las ventas hacia nuestros clientes, quienes en su mayoría son minoristas que cuentan con lubricentros y son los encargados de realizar las ventas hacia los usuarios finales.

Elaboración Propia (2022)

La empresa usa un canal de distribución indirecto-largo, debido a que durante su proceso de venta intervienen diversos agentes; sin embargo, no realizan las ventas directas hacia los usuarios finales. La empresa obtiene sus productos de sus principales proveedores (fabricantes), y realizan las ventas hacia sus clientes, que en su mayoría son minoristas que cuentan con lubricentros, estos son los encargados de realizar las ventas directas hacia los consumidores finales.

Distribución – Tiempo requerido

Tabla 10: Entrevista sobre Distribución - Tiempo requerido

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3	E4
Tiempo requerido	¿De qué manera distribuyen sus pedidos para que los productos lleguen en el tiempo requerido a sus clientes?	Programamos los días de despacho por cada zona (sur, norte, centro y callao), teniendo en cuenta que el personal de venta visita previamente a sus clientes para las coordinaciones respectivas de cada venta (cantidades, puntos de entrega, formas de pago, etc). El equipo encargado establece los días de reparto para cada zona y finalmente se procede a realizar la mejor ruta, con la finalidad de cumplir a tiempo con cada despacho.	La distribución de nuestros pedidos se realiza por zonas, para tener un orden. Tenemos 4 zona: sur, norte, centro y callao. Teniendo ya los pedidos, el equipo de transporte los organiza para poder generar la mejor ruta y despachar la mayor cantidad de pedidos posible en el día designado para cada zona.	Manejamos 4 zonas de distribución que son sur, norte, centro y callao. Previamente el coordinados los pedidos, se verifican las zonas para realizar la ruta respectiva y poder cumplir con la mayor cantidad de entregas en los días asignados.	Para cumplir a tiempo con cada pedido, mantenemos también un orden para las entregas. Tenemos 4 zonas de reparto que son sur, norte, centro y callao. A cada zona se le asigna entre 1 o 2 días de reparto, según la cantidad de pedidos que se tenga. El equipo de ventas, se encarga de coordinar los pedidos con los clientes (cantidades, formas y plazos de pago, puntos de entrega) y luego nos lo derivan para poder organizar nuestra ruta de entrega, tratamos siempre de cumplir cada pedido en el menor tiempo posible.

Elaboración Propia (2022)

Interpretación:

Los entrevistados indican que se manejan 4 zonas de distribución: norte, sur, centro y callao. El equipo de ventas se encarga de coordinar los pedidos con cada cliente; posterior a ello, proceden a derivarlos al equipo de distribución y transporte, para que estos se encarguen de organizar las mejores rutas por cada zona con el fin de que cada producto se entregue en el día acordado.

Distribución – Satisfacción al cliente

Tabla 11: Entrevista sobre Distribución - Satisfacción al cliente

Indicador	Pregunta	E1	E2	E3	E4
Satisfacción del cliente	¿Cómo garantizan que se cumpla la satisfacción de sus clientes?	<p>Tratamos de cumplir con nuestros pilares fundamentales como la personalización, es importante para lograr una buena conexión y relación con nuestros clientes, lo cual va de la mano con las expectativas, intentamos superar sus expectativas, mejorando día a día cada proceso, y brindado un mejor servicio. Otro pilar es el tiempo, nos organizamos de la mejor manera, intentando cumplir con cada despacho en el menor tiempo posible. La empatía también es clave ya que así también fortalecemos nuestras relaciones, intentamos brindarles los mejores precios, promociones y formas de pago. Nuestro valor agregado son los regalos que se ofrecen a los clientes por cierta cantidad de cada producto solicitado.</p>	<p>Intentamos cumplir con los pilares importantes para lograrlo. Entre ellos tenemos la empatía, ya que es importante entender a cada uno de nuestros clientes y brindarles facilidades cuando lo requieren, también es importante personalizar cada pedido, brindando el apoyo necesario según las necesidades. Otro pilar es el compromiso, es por ello que nos tratamos siempre de cumplir con los pedidos en el menor tiempo posible. Adicionalmente, brindamos ciertos regalos a nuestros clientes según las cantidades solicitadas. Verificamos que hemos logrado cumplir con las expectativas de nuestros clientes,</p>	<p>Tratando de cumplir con los pilares importantes, como la personalización de cada pedido, brindando las mejores opciones de precios y productos según su necesidad con la finalidad de que podamos cumplir al máximo sus expectativas. También nos enfocamos en organizar de la mejor manera los despachos y cumplir con los tiempos solicitados, lo cual incluye también nuestro compromiso. Además, tratamos siempre de diferenciarnos de la competencia, lo cual es clave para que los clientes puedan tener preferencia hacia nuestro servicio; nos importa mucho poder brindar un plus, en este caso brindamos ciertos regalos por cada cantidad o producto que nuestros clientes nos solicitan.</p>	<p>Tenemos diversos pilares a seguir como el tiempo y compromiso, es por ello que cada proceso se debe realizar de manera eficiente para lograr cumplir a tiempo con cada pedido. Otro pilar es la empatía y personalización, cada uno de nuestros clientes son diferentes, es por ello que se manejan formas y facilidades de pago distintos. Además, buscamos tener un diferenciador frente a la competencia, lo cual es fundamental ya que puede ayudarnos a tener cierta preferencia por parte de los clientes; es por ello que,</p>

Verificamos que cumplimos con sus expectativas cuando vuelven a realizarnos pedidos, o en muchos casos cuando nos recomiendan con posibles clientes nuevos.

cuando vuelven a realizarnos otro pedido.

Finalmente, podemos darnos cuenta que hemos podido satisfacer a nuestra clientela cuando vuelven a realizarnos un pedido.

brindamos regalos a nuestros clientes por cada cierta cantidad de pedidos. Verificamos que satisfacemos a nuestros clientes cuando vuelven a solicitar nuestro servicio.

Elaboración Propia (2022)

Interpretación:

La empresa cuenta con pilares importantes que tienen como fin cumplir con las expectativas de sus clientes y fortalecer sus relaciones como: personalización de pedidos, tiempo y compromiso, empatía. Además de contar con un valor agregado, para diferenciarse de la competencia y lograr la preferencia por parte de los usuarios.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1 Limitaciones

Según Arias (2006), las limitaciones son los inconvenientes o impedimentos que confronta un investigador en la proyección de su investigación o estudio.

Para el desarrollo de la presente investigación se presentaron ciertas limitaciones como encontrar una empresa que pueda brindarnos información necesaria y ayudarnos con el desarrollo de nuestra investigación y a la vez, coordinar o fijar una fecha y hora específica para las entrevistas con nuestros colaboradores puesto que no podía interrumpir sus obligaciones y se tenía mucha carga laboral; como consecuencia, se obtuvieron respuestas un poco breves, pero con información clave que fue de mucha ayuda.

Otra limitante fue encontrar antecedentes nacionales e internacionales, la información de tesis recientes era muy escasa y se encontraban fuera de los lineamientos requeridos para investigación, además, mucha de la información que se encontraba contaba con acceso restringido, lo cual dificultó nuestro estudio.

4.2 Interpretación comparativa

La presente investigación tuvo como objetivo general describir las características de la gestión logística en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022. Hernández et al. (2006) indican que, la discusión implica señalar los hallazgos que se obtuvieron con nuestra investigación; asimismo, mencionar si confirman o no los hallazgos de estudios previos.

Lara (2017) a través de su investigación pudo determinar que, es fundamental que las empresas implementen un plan de gestión logística para poder cumplir con la satisfacción

de los clientes debido a que los ayudará a estar orientados hacia los objetivos planteados, llevando a cabo un orden y buena comunicación entre todas las áreas.

Lo que se asemeja a nuestra investigación debido que podemos expresar que la gestión logística es importante para toda empresa ya que guarda relación con diversos procesos, que en conjunto hacen que la organización se desempeña de manera óptima y sea competitiva en el mercado.

Chocca y Escobar (2018) obtuvieron como resultado que el abastecimiento también guarda relación con la gestión logística pues es el proceso previo a cada actividad, es importante que la empresa seleccione a los proveedores correctos que puedan brindar productos de la mejor calidad.

Lo cual contrasta de manera positiva con el resultado de nuestra subcategoría de gestión de compras, dado que podemos mencionar que la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari controla constantemente el proceso de abastecimiento, pues cuenta con criterios importantes para la selección de sus proveedores, a causa de que deben brindarles productos de la mejor calidad y a la vez mantener buenas negociaciones.

Cepeda (2021) mediante su investigación expresa que es importante que toda empresa cuente con un correcto control de inventarios, capacitando a todos sus colaboradores sobre el procedimiento que se llevara a cabo, ya que de esta manera se podrá controlar también la cantidad de productos que salen, entran o son devueltos al almacén.

De igual manera que en nuestro estudio, para la subcategoría de almacenamiento se concluyó que la empresa investigada cuenta con una gestión completa de la mercadería, desde que ingresa hasta que sale de su almacén; coordinan previamente con sus proveedores la llegada de los productos negociados, luego de ello proceden a llevar los productos en el lugar designado para cada presentación y/o empaque, con la finalidad de llevar una correcta

gestión al momento de preparar los pedidos para sus propios clientes, además de mantener un control constante de su mercadería.

Hurtado (2019) a través de su estudio, determinó que existe relación entre el análisis de la gestión logística con el sistema de distribución manejado por una empresa, considerando que, al desarrollar un buen proceso de distribución, las empresas pueden brindar productos de calidad y cumplir con los requerimientos.

Al igual que en nuestros resultados, para nuestra categoría de distribución, se concluyó que la empresa usa únicamente un canal de distribución indirecto - largo, ya que adquieren sus productos de sus proveedores y luego los venden hacia sus clientes, más no hacia el consumidor final. Cuentan con 4 zonas de despacho (zona sur, norte, centro y callao) con el fin de mantener un correcto orden para la entrega de sus productos en la fecha acordada previamente con sus clientes.

4.3 Implicancias

Nuestra investigación tiene implicancia práctica ya que sirve como ayuda para que la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari pueda darse cuenta de cómo se percibe, de manera exterior, el desarrollo de su proceso logístico, pudiendo absorber la información presente en nuestro estudio; en este caso, el resultado ha sido positivo, ya que hemos podido analizar el desenvolvimiento de la organización en cuanto a sus procesos internos, por lo tanto, los resultado obtenidos en la presente investigación reforzará a la empresa demostrando su desempeño en el mercado. Si bien es cierto, el estudio está enfocado en una empresa comercializadora de combustibles; sin embargo, puede servir de ayuda como un análisis previo que permita contar con un estudio detallado sobre la gestión logística ayudando a diversas empresas a tener en cuenta la importancia de controlar bien cada actividad y proceso a desarrollar.

Además de ello, nuestro estudio cuenta con implicancia teórica debido a que la información empleada, tanto para nuestra realidad problemática como para nuestras bases teóricas, fueron obtenidas de diversos libros, tesis, artículos, etc; por tal motivo, contamos con un fundamento para toda la información empleada en el presente estudio. Adicional a ello, nuestra investigación podrá pertenecer al repositorio de la Universidad Privada del Norte, por ende, podrá contribuir a investigaciones futuras, debido a que servirá como apoyo para que diversos investigadores cuenten con un antecedente de referencias bibliográficas con el que puedan obtener diversos datos y puedan utilizarlos en sus investigaciones.

4.4 Conclusiones

Gracias a la presente investigación se pudo analizar el desarrollo de la gestión logística en la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari; dicho análisis se llevó a cabo mediante encuestas realizadas a los encargados de áreas relacionadas a la gestión logística en la empresa. Pudimos identificar cómo se realiza el proceso completo, desde el abastecimiento hasta el servicio post-venta y llegamos a las siguientes conclusiones:

En primer lugar, para la empresa es fundamental que sus proveedores cuenten con experiencia en el rubro al que pertenecen además de tener conocimiento de cada uno de los productos que ofrecen, los cuales deben cumplir con los estándares de calidad necesarios y las certificaciones requeridas por el mercado. La empresa emplea la estrategia de negociación “ganar-ganar”, donde ambas partes obtiene diversos beneficios, tanto proveedores como clientes.

En segundo lugar, cuentan con un completo control de su mercancía, desde que llega a su almacén, dado que antes de que ingresen los productos, verifican que se presenten los documentos indispensables para corroboran la cantidad recibida con la solicitada; luego, se proceden a ingresar los productos organizándolos en sus espacios determinados, como

consecuencia de que manejan diversas presentaciones que requieren una manipulación y cuidado distintos. Realizan sus inventarios 2 veces al mes; cada quincena de manera manual empleando el método FIFO con la finalidad de evitar pérdida de productos y a su vez económicas; y de manera sistemática cada fin de mes, donde se van verificando los productos junto a las facturas de ingreso y egreso.

Tercero, la empresa decidió emplear un canal de distribución indirecto-largo, en el cual participan diversos agentes como sus proveedores de confianza y sus clientes directos, más no los usuarios finales. Se enfocan en cumplir con los tiempos requeridos y acordados para cada uno de sus pedidos, manejando 4 zonas de despacio, para mantener un correcto orden en cuanto a su distribución.

Cuarto, cuentan con diversos pilares fundamentales que son de ayuda para fortalecer y mejorar día a día la relación con sus clientes, orientándolos sobre los productos solicitados, brindándoles atenciones personalizadas, facilidades de pago e incluso diversos regalos y promociones, lo cual los ayuda a marcar un diferenciador frente a su competencia con el objetivo de ganar la preferencia los clientes.

4.5 Recomendaciones

En primer lugar, se recomienda seguir capacitando constantemente a sus colaboradores con el fin de que se vaya mejorando día a día cada proceso realizado dado que el mercado se mantiene en constante modificación, para ello es importante que estén siempre al tanto de los nuevos productos o tecnologías que los ayuden a brindar un mejor servicio y mercancía.

En segundo lugar, procurar que los colaboradores tengan conocimiento de cada una de las áreas de la empresa, no solo de la que pertenecen; debido a que es fundamental que

conozcan cada uno de los procesos y puedan involucrarse con todo el proceso realizado por la empresa.

En tercer lugar, se recomienda a la empresa comenzar a realizar ventas hacia el usuario final, dado que esto los ayudará a tener otra visión de las necesidades de los clientes además de ayudarlos a incrementar su productividad debido a que contarán con una cantidad de pedidos, lo cual ayudará también a acrecentar su rentabilidad. Para esto, sería crucial que puedan mejorar sus promociones por redes sociales, puesto que actualmente la tecnología es de mucha ayuda para toda empresa.

REFERENCIAS

- Andino, R. (2006). *Cadena de Suministro (SCM)*. EOI Escuela de Negocios - Master MBA (Madrid).
<https://www.eoi.es/es/savia/publicaciones/20235/cadena-de-suministro-scm>
- Arias, F. (2006). *Mitos y errores en la elaboración de tesis y proyectos de investigación (3.a ed.)* ResearchGate.
https://www.researchgate.net/publication/49502118_Mitos_y_errores_en_la_elaboracion_de_tesis_y_proyectos_de_investigacion
- Behar, D. (2008). *Metodología de la Investigación*. Editorial Shalom.
<http://rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación (3.a ed.)*. Grupo Editorial Pearson
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bolaños, R. (2017). *Reseña Histórica de la Exploración por Petróleo en las Cuencas Costeras del Perú*.
<http://tramite.ingemmet.gob.pe/BusquedaGeodoc/images/biblioteca/BSGP-112-1.pdf>
- Brasales, S. (2018). *La Gestión Logística y la Competitividad en el Sector Florícola*
[Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato] Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato.
<http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28260/1/016%20GMC.pdf>

- Cabezas, E., Andrade, D y Torres, J. (2018). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica (1ra. Edición)*. ESPE. Universidad de las Fuerzas Armadas. Innovación para la excelencia.
- <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf>
- Cabral, S. (2007). *Evaluación de la Satisfacción de Clientes*. Ediciones Profesionales, S.L.U.
- <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=DdtdLcJm9IkC&oi=fnd&pg=PA2&dq=satisfacci%C3%B3n+del+cliente&ots=389qB6Xoxq&sig=s77wY1fMJjwJD2JhQF7HLn1rXr0#v=onepage&q=satisfacci%C3%B3n%20del%20cliente&f=false>
- Carreño, A. (2017). *Cadena de Suministro y Logística*. Fondo Editorial.
- <https://corladancash.com/wp-content/uploads/2019/08/59-Cadena-de-suministros-y-logisti-Adolfo-Joseph-Carreno-Solis.pdf>
- Castellanos, A. (2009). *Manual de la gestión logística del transporte y la distribución de mercancías*. Ediciones Uninorte.
- <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=JYydauBcri0C&oi=fnd&pg=PA21&dq=distribuci%C3%B3n+de+mercanc%C3%ADas&ots=lsYA1R6afV&sig=vSOA8rrAR70FOCOqo3Z1rs2Vs0A#v=onepage&q=distribuci%C3%B3n%20de%20mercanc%C3%ADas&f=false>
- Cepeda, M. (2021). *Control de inventarios de logística inversa en los centros de distribución de alimentos perecibles* [Tesis de maestría, Universidad Laica Vicente Rocafuerte] Repositorio Digital ULVR.
- <http://repositorio.ulvr.edu.ec/bitstream/44000/4315/1/TM-ULVR-0279.pdf>

Chocca, D. y Escobar, M. (2018). *Programación de Abastecimiento y su relación con la Gestión Logística en la Universidad Nacional de Huancavelica-2017* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Huancavelica] Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Huancavelica.

<http://repositorio.unh.edu.pe/bitstream/handle/UNH/2546/TESIS-2018-ADMINISTRACION-CHOCCA%20CCANTO%20Y%20ESCOBAR%20ESPINOZA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Comité de Comercio Exterior [COMEX]. (2022, 15 de febrero). *Producción de petróleo, gas natural y servicios conexos se contrajo un 4.6% en 2021*.

<https://www.comexperu.org.pe/articulo/produccion-de-petroleo-gas-natural-y-servicios-conexos-se-contrajo-un-46-en-2021#:~:text=Seg%C3%BAAn%20cifras%20de%20Perupetro%2C%20la,el%20mismo%20periodo%20de%20an%C3%A1lisis.>

Durán, J. (2017). *Validación de un modelo de gestión basado en la logística para la empresa Conauto C.A.* [Tesis de maestría, Pontificia Universidad Católica del Ecuador] Repositorio PUCESA.

<https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/1960/1/76475.pdf>

Escudero, J. (2013). *Gestión logística y comercial (2.a ed)*. Ediciones Paraninfo.

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=zQv_AAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=gesti%C3%B3n+log%C3%ADstica&ots=NDCqdGQqby&sig=aMAA24ywn8Q5LW8KBlmN9-euiPk#v=onepage&q&f=false

Escudero, J. (2019). *Logística de Almacenamiento (2.a ed)*. Comercio y Marketing.

Ediciones Paraninfo.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vcSPDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=almacenamiento&ots=8qb0IGKtgq&sig=KrnD4pvEod4X7kak37uFMufeqSQ#v=onepage&q=almacenamiento&f=false>

Flamarique, S. (2018). *Flujos de mercancías en el almacén. Procesos internos y de entrada y salida*. Marge books.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=Tjd8DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=recepci%C3%B3n+de+mercanc%C3%ADas+&ots=rse9jk-70f&sig=bgN--6cImZ2t8EvwDQrwLVBRReDU#v=onepage&q=recepci%C3%B3n%20de%20mercanc%C3%ADas&f=false>

García, J. y Bermeo, J. (2018). *Logística Empresarial*. Editorial UTMACH.

<http://186.3.32.121/bitstream/48000/12493/1/LogisticaEmpresarial.pdf>

Gómez, J. (2013). *Gestión logística y comercial*. Mc Graw Hill Education.

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/57831782/Gestion_Logistica_y_Comercial-libre.pdf?1542911792=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DGestion_logistica_y_comercial.pdf&Expires=1676770681&Signature=UFghsIdcBBj61x-SOwJ63zxc~giJvC5HugtaGTI-iBdVOb5nz1B5VowLZzEV6IlogRzT6t4LzglMMmMQuIgJSaLGsCIZHVg3iYH3k4TqCkQRQRrU3IqqyhVOiqKmrRLk9weh-ymvPb0axBvtdTYHLTBCMqTrC358bvnr0MStxzCkXKq14rjZ5NZ7BboWqbURweQPTwBHzZH14dpYGGuDnf0vwCle-mGWKTatpoPOW-70c~TJnbAaoM0Qmr2nyev571IDJvfapMwT~S7Bx2-e4fOoYN5sBmceRrDozzLFHHkdgJYI8VgHqRU0xuNvhPW60ywMBf80tR7mJ54

[aj3BTw &Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62243954/kupdf.net_marketing-para-los-nuevos-tiempos20200301-34903-p000lb-libre.pdf?1583113658=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMarketing_para_los_nuevos_tiempos.pdf&Expires=1677431922&Signature=EulKQAiVb6ps7blNysX0CVsCBsCzdV1cAFeQP7awTZ6zjMTsP7CoVfzwKghbbBh0nMFMM3jo6V8RC34LmeRtWuZDLWN2GCSmaPOf3jOnWGwR6qMkXirTADunx~rZVTYQADPzrRPH~iDz7kRBDaSJ9kVIQrGtHgSekEMi3tC49j8h-uEd4Gf4hmSrSBeb9sN4CqtPVbbljIWE8brWjNPsWWQBOHQyIm9cpRadUWMrW8Y-zDgirIe-AtlekZmjbyAoBf-eA~EEXGUz01YX-UkUYzJ6HqeAuG3ZJxLb9H0tuFrGtTVs~DVoB4ddKZ4LXUr4TLWxIPMJ~d9j8P2bJNcWg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=104)

Guzmán, V., Parra, F. y Vila, J. (2008). *Marketing para los nuevos tiempos. Distribución comercial*. Mc Graw Hill.

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62243954/kupdf.net_marketing-para-los-nuevos-tiempos20200301-34903-p000lb-libre.pdf?1583113658=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMarketing_para_los_nuevos_tiempos.pdf&Expires=1677431922&Signature=EulKQAiVb6ps7blNysX0CVsCBsCzdV1cAFeQP7awTZ6zjMTsP7CoVfzwKghbbBh0nMFMM3jo6V8RC34LmeRtWuZDLWN2GCSmaPOf3jOnWGwR6qMkXirTADunx~rZVTYQADPzrRPH~iDz7kRBDaSJ9kVIQrGtHgSekEMi3tC49j8h-uEd4Gf4hmSrSBeb9sN4CqtPVbbljIWE8brWjNPsWWQBOHQyIm9cpRadUWMrW8Y-zDgirIe-AtlekZmjbyAoBf-eA~EEXGUz01YX-UkUYzJ6HqeAuG3ZJxLb9H0tuFrGtTVs~DVoB4ddKZ4LXUr4TLWxIPMJ~d9j8P2bJNcWg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA#page=104

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación (4ta. Edición)*. Mc Graw Hill.

<http://187.191.86.244/rceis/registro/Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20SAMPLERI.pdf>

Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación (6ta. Edición)*. Mc Graw Hill Education.

<https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>

- Hurtado, L. (2019). *Análisis de la gestión logística y el sistema de distribución en la empresa consorcio Nex Perú S.A.C, La Victoria* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo] Repositorio de la Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56590/Hurtado_CLA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Lara, C. (2017). *Gestión Logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial, Lima 2017* [Tesis de pregrado, Universidad Norbert Wiener] Repositorio Digital UWIENER.
<http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1238/TITULO%20-%20Lara%20Delgado%2c%20Carolina%20Romina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martínez, E. (2007). *Gestión de compras. Negociación y estrategias de aprovisionamiento*. FC Editorial.
<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=pCURoJM0waAC&oi=fnd&pg=PA29&dq=gesti%C3%B3n+de+compras&ots=d4BItQ2XO3&sig=06Hv0cRqHoPBgI3uLxMT7kRvgBg#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20de%20compras&f=false>
- Mujica, P. (2018). *Compromiso de desempeño y gestión logística en la UGEL de Huamanga Ayacucho 2018* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo] Repositorio de la Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/28650/Mujica_APR.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Ñaupas, H, Valdivia, M, Palacios, J y Romero, H. (2018). *Metodología de la Investigación cuantitativa - cualitativa y redacción de la tesis. (5ª. Ed)* Ediciones de la U.
- [file:///C:/Users/Dejhanyra/Downloads/%C3%91aupas%20et%20al.%20\(2018\)%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20-%205%C2%B0%20edici%C3%B3n.pdf](file:///C:/Users/Dejhanyra/Downloads/%C3%91aupas%20et%20al.%20(2018)%20Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20Investigaci%C3%B3n%20-%205%C2%B0%20edici%C3%B3n.pdf)
- Pando, A. (2020). *Gestión logística y el Just in time en la empresa Redondos, Sucursal Peralvillo - Huacho, 2019.* Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión.
- <http://repositorio.unjpsc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14067/6534/TESIS%20PANDO%20MATOS%20ABDI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Pinheiro, O., Sandro, S., Rodríguez, C. y Follmann, N. (2017). *Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma.* Ingeniare: Revista Chilena de Ingeniería.
- <https://search.proquest.com/docview/1931963711/C7631F7C8F2D4070PQ/31?accountid=36937>
- Puchol, L. y Núñez, A. (2005). *El libro de la negociación.* Ediciones Díaz de Santos.
- <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=RyS1scWN368C&oi=fnd&pg=PR7&dq=negociacion&ots=eUIMt-jqGW&sig=ubKJhINvoMIVdTUjHbsjokPLrlo#v=onepage&q=negociacion&f=false>
- Ramírez, J. (2018). *Diseño de una metodología de medición del impacto de la gestión logística de distribución en una empresa mayorista comercializadora de combustible* [Tesis de maestría, Universidad Militar Nueva Granada] Repositorio UMNG.

<https://repository.unimilitar.edu.co/handle/10654/18050>

Vara, A. (2008). *La tesis de maestría en Educación. Una guía efectiva para obtener el Grado de Maestro y no desistir en el intento (1.a ed.)* Impresión Universidad de San Martín de Porres.

<file:///D:/UNI/9NO%20CICLO/TESIS1/TESIS/La%20Tesis%20Vara%20Horna.pdf>

Vargas, M. y Aldana, L. (2014). *Calidad y Servicio: Conceptos y herramientas (3ra. Edición)*. ECOE Ediciones.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=57-4DQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT13&dq=calidad+de+servicio&ots=16Pr2BhsCY&sig=gXC237eJ-sGFrULAMZNBt9movA#v=onepage&q=calidad%20de%20servicio&f=false>

Velázquez, E. (2012). *Canales de distribución y logística*. Red Tercer Milenio S.C.

http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/economico_administrativo/Canales_de_distribucion_y_logistica.pdf

Vera, N. (2019). *Propuesta de un modelo de gestión de proveedores para la empresa Reciclásticos S.A* [Tesis de maestría, Universidad de Guayaquil] Repositorio Nacional en Ciencias y Tecnología.

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/38725/1/TRABAJO%20DE%20TITULACION%20NARCISA%20VERA%20%2813%20FEB%202018%29.pdf>

Villacrés, A. (2018). *Modelo de logística inversa para la gestión eficiente del sector llanero* [Tesis de maestría, Universidad Técnica de Ambato] Repositorio de la Universidad Técnica de Ambato.

http://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/28333/1/Tesis_t1444mgo.pdf

Zevallos, D. (2018). *Gestión logística y gasto público en el Instituto Nacional de Salud del Niño – San Borja, 2017* [Tesis de maestría, Universidad César Vallejo] Repositorio de la Universidad César Vallejo.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/31994/Zevallos_RD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

ANEXO N°1: Matriz de Operacionalidad

TÍTULO: “Gestión logística en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022”

TEMA	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	SUB-CATEGORIAS	DEFINICION DE SUB-CATEGORIAS	INDICADORES
Gestión logística	Según García et al. (2018), la logística es el conjunto de procesos como planificación, dirección, control y gestión dentro de una empresa, que tienen como objetivo reducir los tiempos y costes, y maximizar la producción, permitiendo que se logre obtener una mejor organización, balanceando el control y flujo de	Nuestra categoría está compuesta por 3 sub-categorías y 9 indicadores, que serán medidos a través de una entrevista semiestructurada.	Gestión de compras	Proceso que busca cubrir las necesidades de una empresa, obteniendo exteriormente aquellos materiales necesarios para su funcionamiento, cumpliendo con las cantidades y plazos establecidos, y buscando los precios más convenientes y mejor calidad.	Proveedores
					Calidad de productos
					Negociación
			Almacenamiento	Lugar o establecimiento donde se puede guardar, conservar y controlar mercancía o productos, y en algunos casos, venderlos posteriormente o distribuirlos a un determinado punto.	Flujo interno de mercancía
					Recepción de productos
					Inventarios
Distribución	Conjunto de operaciones necesarias para el traslado o movimiento de mercancía,	Canales de distribución			

	productos, servicios o información.			desde un punto establecido de origen hacia uno de destino, con la finalidad de cumplir con calidad requerida y la entrega en el tiempo y lugar acordados.	Tiempo requerido
					Satisfacción al cliente

ANEXO N°2: Matriz de Categorización

TÍTULO: “Gestión logística en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022”

PROBLEMAS	OBJETIVOS	CATEGORÍA, SUBCATEGORÍAS E INDICADORES		METODOLOGÍA
<p>Problema general ¿Cuáles son las características de la gestión logística en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022.</p> <p>Problemas específicos ¿Cómo se lleva a cabo la gestión de compras en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022?</p> <p>¿Cómo funciona el almacenamiento de productos en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022?</p> <p>¿Cómo se desarrolla el proceso de distribución en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022?</p>	<p>Objetivo general Describir las características de la gestión logística en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022.</p> <p>Objetivos específicos Identificar cómo se lleva a cabo la gestión de compra en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022.</p> <p>Describir cómo funciona el almacenamiento de productos en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022.</p> <p>Identificar cómo se desarrolla el proceso de distribución en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022.</p>	<p>Categoría Gestión Logística</p>		<p>Tipo de investigación La investigación es de tipo básica.</p> <p>Enfoque de investigación Enfoque cualitativo.</p> <p>Nivel de investigación Nivel descriptivo.</p> <p>Diseño de investigación Diseño fenomenológico.</p> <p>Población Todos los trabajadores de la empresa.</p> <p>Muestra 4 representantes de las áreas relacionadas a la logística.</p> <p>Técnica La técnica de recolección elegida fue la entrevista semiestructurada.</p> <p>Instrumento El instrumento que se aplicará será la guía de entrevista.</p>
		SUBCATEGORÍAS	INDICADORES	
		Gestión de compras	<ol style="list-style-type: none"> 1. Proveedores. 2. Calidad de productos. 3. Negociación. 	
		Almacenamiento	<ol style="list-style-type: none"> 4. Flujo interno de mercancía. 	

			5. Recepción de mercancía. 6. Inventarios.	
		Distribución	7. Canales de distribución. 8. Tiempo requerido. 9. Satisfacción del cliente.	

ANEXO N°3: Guía de entrevista semiestructurada

GUIA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

TÍTULO: “Gestión logística en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022”

1. Datos generales

- Nombre Completo:
- Edad:
- Grado de instrucción:
- Cargo actual:

2. Introducción

Estimados, buen día. Soy Dejhanryra Serra, bachiller de la carrera de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte, actualmente estoy realizando un trabajo de investigación de tesis sobre el desarrollo de la Gestión logística.

En primer lugar, les quiero agradecer por su participación y ayuda. El día de hoy se les realizará una entrevista relacionada a la Gestión logística en la empresa; ya que forman parte de nuestra unidad de estudio; asimismo, fueron seleccionados para esta actividad; debido a que su participación dentro de la empresa es de suma importancia y tiene un vínculo directo con el tema principal de mi investigación.

Cabe mencionar que esta entrevista tiene el propósito de obtener información relevante sobre el proceso de la Gestión logística dentro de la empresa Distribuidora y Negociaciones Dexari. Por otro lado, es necesario precisar que la información brindada es totalmente

confidencial y sólo será utilizada exclusivamente para fines académicos. La duración de la entrevista es de aproximadamente 20 minutos.

3. Preguntas

- ¿Cuánto tiempo lleva laborando en la empresa y qué expectativas tiene a futuro?
- ¿A qué área pertenece y cuáles son sus funciones?
- ¿Cuál cree que es la importancia de la gestión logística dentro de la empresa?

➤ **Gestión de Compras**

1. Proveedores: ¿Cuáles son los criterios de selección para elegir a sus proveedores?
2. Calidad de productos: ¿Cómo comprueban la calidad de los productos que adquieren?
3. Negociación: ¿Cuáles son las estrategias de negociación que utilizan para sus procesos de compras?

➤ **Almacenamiento**

4. Flujo interno de mercancía: ¿Cuál es el flujo interno de la mercancía al momento de su recepción?
5. Recepción de productos: ¿Cómo es el proceso de recepción de los productos que ingresan a su almacén?
6. Inventarios: ¿Cuál es el proceso para la realización de sus inventarios?

➤ **Distribución**

7. Canales de distribución: ¿Cuál es el canal de distribución que usan generalmente y cómo lo seleccionan?
8. Tiempo requerido: ¿De qué manera distribuyen sus pedidos para que los productos lleguen en el tiempo requerido a sus clientes?
9. Satisfacción del cliente: ¿Cómo garantizan que se cumpla la satisfacción de sus clientes?

ANEXO N°4: Validación de Instrumento por juicio de expertos

Experto N°1: Mg. Jimmy Omar Herrera Gutiérrez

JUICIO DE EXPERTOS SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondientes al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= *Muy adecuado* / BA= *Bastante adecuado* / A= *Adecuado* / PA= *Poco Adecuado* / NA = *No adecuado*

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

PREGUNTAS ITEMS	VALORACIÓN					OBSERVACIONES
	MA	BA	A	PA	NA	
PREGUNTA DE INTRODUCCIÓN						
1. ¿Cuánto tiempo lleva laborando en la empresa y qué expectativas tiene a futuro?	X					
2. A qué área pertenece y cuáles son sus funciones?	X				-	
3. ¿Cuál cree que es la importancia de la gestión logística dentro de la empresa?	X					
GESTIÓN DE COMPRAS						
4. Proveedores: ¿Cuáles son los criterios de selección para elegir a sus proveedores?	X					
	X					

<p>5. Calidad de productos: ¿Cómo comprueban la calidad de los productos que adquieren?</p>						
<p>6. Negociación: ¿Cuáles son las estrategias de negociación que utilizan para sus procesos de compras?</p>	<p>X</p>					

ALMACENAMIENTO						
Interno de mercancía: ¿Cuál es el momento interno de la mercancía al momento de su recepción?	X					
	8. Recepción de productos: ¿Cómo es el proceso de recepción de los productos que ingresan a su almacén?	X				
	9. Inventarios: ¿Cuál es el proceso para la realización de sus inventarios?	X				
DISTRIBUCIÓN						
10. Canales de distribución: ¿Cuál es el canal de distribución que usan generalmente y cómo lo seleccionan?	X					
11. Tiempo requerido: ¿De qué manera distribuyen sus pedidos para que los productos lleguen en el tiempo requerido a sus clientes?	X					
12. Satisfacción del cliente: ¿Cómo garantizan que se cumpla la satisfacción de sus clientes?	X					

- Evaluado por: Jimmy Omar Herrera Gutiérrez
- DNI: 40321572
- Fecha: 14/03/2023
- Firma:

Experto N°2: Mg. Guimel Christopher Valcazar Montenegro

JUICIO DE EXPERTOS SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondientes al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= Muy adecuado / BA= Bastante adecuado / A= Adecuado / PA= Poco Adecuado / NA = No adecuado

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

PREGUNTAS ITEMS	VALORACIÓN					OBSERVACIONES
	MA	BA	A	PA	NA	
PREGUNTA DE INTRODUCCIÓN						
1. ¿Cuánto tiempo lleva laborando en la empresa y qué expectativas tiene a futuro?	X					
2. A qué área pertenece y cuáles son sus funciones?	X				-	
3. ¿Cuál cree que es la importancia de la gestión logística dentro de la empresa?	X					
GESTIÓN DE COMPRAS						
4. Proveedores: ¿Cuáles son los criterios de selección para elegir a sus proveedores?	X					
5. Calidad de productos: ¿Cómo comprueban la calidad de los productos que adquieren?	X					
6. Negociación: ¿Cuáles son las estrategias de negociación que utilizan para sus procesos de compras?	X					

ALMACENAMIENTO						
<p>Interno de mercancía: ¿Cuál es el momento interno de la mercancía al momento de su recepción?</p>	X					
	8. Recepción de productos: ¿Cómo es el proceso de recepción de los productos que ingresan a su almacén?	X				
	9. Inventarios: ¿Cuál es el proceso para la realización de sus inventarios?	X				
DISTRIBUCIÓN						
10. Canales de distribución: ¿Cuál es el canal de distribución que usan generalmente y cómo lo seleccionan?	X					
11. Tiempo requerido: ¿De qué manera distribuyen sus pedidos para que los productos lleguen en el tiempo requerido a sus clientes?	X					
12. Satisfacción del cliente: ¿Cómo garantizan que se cumpla la satisfacción de sus clientes?	X					

- Evaluado por: Guimel Christopher Valcazar Montenegro
- DNI: 40769400
- Fecha: 17/03/2023
- Firma:

Experto N°3: Mg. Maria Olivia Pachas Fuentes

JUICIO DE EXPERTOS SOBRE LA PERTINENCIA DEL INSTRUMENTO

Instrucciones: Coloque en cada casilla de valoración la letra o letras correspondientes al aspecto cualitativo que, según su criterio, cumple o tributa cada ítem a medir los aspectos o dimensiones de la variable en estudio. Las valoraciones son las siguientes:

MA= *Muy adecuado* / BA= *Bastante adecuado* / A= *Adecuado* / PA= *Poco Adecuado* / NA = *No adecuado*

Categorías a evaluar: Redacción, contenido, congruencia y coherencia en relación a la variable de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir mejoras.

PREGUNTAS ITEMS	VALORACIÓN					OBSERVACIONES
	MA	BA	A	PA	NA	
PREGUNTA DE INTRODUCCIÓN						
1. ¿Cuánto tiempo lleva laborando en la empresa y qué expectativas tiene a futuro?	X					
2. A qué área pertenece y cuáles son sus funciones?	X				-	
3. ¿Cuál cree que es la importancia de la gestión logística dentro de la empresa?	X					
GESTIÓN DE COMPRAS						
4. Proveedores: ¿Cuáles son los criterios de selección para elegir a sus proveedores?	X					
5. Calidad de productos: ¿Cómo comprueban la calidad de los productos que adquieren?	X					
6. Negociación: ¿Cuáles son las estrategias de negociación que utilizan para sus procesos de compras?	X					

ALMACENAMIENTO						
<p>Interno de mercancía: ¿Cuál es el origen interno de la mercancía al momento de su recepción?</p>	X					Gestión logística en una empresa distribuidora de lubricantes en el distrito de la Victoria, Lima 2022”
	8. Recepción de productos: ¿Cómo es el proceso de recepción de los productos que ingresan a su almacén?	X				
	9. Inventarios: ¿Cuál es el proceso para la realización de sus inventarios?	X				
DISTRIBUCIÓN						
10. Canales de distribución: ¿Cuál es el canal de distribución que usan generalmente y cómo lo seleccionan?	X					
11. Tiempo requerido: ¿De qué manera distribuyen sus pedidos para que los productos lleguen en el tiempo requerido a sus clientes?	X					
12. Satisfacción del cliente: ¿Cómo garantizan que se cumpla la satisfacción de sus clientes?	X					

- Evaluado por: Maria Olivia Pachas Fuentes
- DNI: 43569135
- Fecha: 3/04/2023
- Firma:

**CARTA DE AUTORIZACIÓN DE USO DE INFORMACIÓN DE EMPRESA
PARA EL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN, TESIS O INFORME DE
SUFICIENCIA PROFESIONAL**

Yo Javier Alfonso Serra Berrú, identificado con DNI N° 07634686, como representante legal de la empresa "DISTRIBUIDORA Y NEGOCIACIONES DEXARI" con R.U.C N° 10076346866 ubicada en la ciudad de Lima Perú.

OTORGO LA AUTORIZACIÓN A:

1. Dejhanyra Alessandra Serra Mandros, con DNI N° 72865737

Programa de Posgrado de la carrera de Administración y Negocios Internacionales para que utilice la siguiente información de la empresa: Datos acerca de los procesos relacionados a la logística de la empresa como la gestión de compras, almacenamiento y distribución, con la finalidad de que pueda desarrollar su Tesis para optar al grado de Título Profesional.

Para su validez tomar en cuenta los documentos que deberían adjuntar, según los siguientes casos:

- 1) Para el caso de empresas privadas y formalizadas, se deberá adjuntar:
 - La vigencia de Poder o la consulta RUC (con fecha no mayor a 90 días a partir de la fecha del acta de aprobación del asesor en el caso de Tesis y a partir de la solicitud de la carpeta en el caso de Suficiencia Profesional)
 - En el caso de presentar consulta RUC, adjuntar copia del DNI vigente o Ficha Reniec del Representante Legal.
- 2) Para el caso de entidades públicas u organizaciones sin fines de lucro (ONGs y similares), se deberá adjuntar:
 - Resolución u otro documento oficial que evidencie que la persona que autoriza es la autoridad competente en ejercicio.
 - Copia del DNI vigente o Ficha Reniec del Representante Legal.
- 3) Para el caso de personas naturales, personas naturales con negocio, pequeñas y microempresas, se deberá adjuntar:
 - Ficha RUC 10 o 15 o 17 de ser el caso (fuerzas armadas, extranjeros, etc.)
 - Copia del DNI vigente o Ficha Reniec / Carnet de extranjería del representante Legal.

Indicar si el Representante que autoriza la información de la empresa, solicita mantener el nombre o cualquier distintivo de la empresa en reserva, marcando una "X" la opción seleccionada.

() Mantener en reserva el nombre o cualquier distintivo de la empresa o,

(X) Mencionar el nombre de la empresa.



Firma del Representante Legal o Autoridad
DNI: 07634686

El Egresado/Bachiller declara que los datos emitidos en esta carta y en el Trabajo de Investigación, en la Tesis son auténticos. En caso de comprobarse la falsedad de datos, el Egresado será sometido al procedimiento disciplinario correspondiente; asimismo, asumirá toda la responsabilidad ante posibles acciones legales que la empresa, otorgante de información, pueda ejecutar.



Firma del Egresado
DNI: 72865737

Reporte de Ficha RUC

SERRA BERRU JAVIER ALFONZO
10076346866

Lima, 21/09/2021

Información General del Contribuyente	
Código y descripción de Tipo de Contribuyente	02 PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
Fecha de Inscripción	06/11/2020
Fecha de Inicio de Actividades	05/11/2020
Estado del Contribuyente	ACTIVO
Dependencia SUNAT	0023 - INTENDENCIA LIMA
Condición del Domicilio Fiscal	HABIDO
Emisor electrónico desde	18/11/2020
Comprobantes electrónicos	FACTURA (desde 18/11/2020), (desde 08/01/2021)

Datos del Contribuyente	
Nombre Comercial	DISTRIBUIDORA & NEGOC DEXARI
Tipo de Representación	-
Actividad Económica Principal	4661 - VENTA AL POR MAYOR DE COMBUSTIBLES SÓLIDOS, LÍQUIDOS Y GASEOSOS Y PRODUCTOS CONEXOS
Actividad Económica Secundaria 1	---
Actividad Económica Secundaria 2	---
Sistema Emisión Comprobantes de Pago	COMPUTARIZADO
Sistema de Contabilidad	MANUAL/COMPUTARIZADO
Código de Profesión / Oficio	-
Actividad de Comercio Exterior	SIN ACTIVIDAD
Número Fax	-
Teléfono Fijo 1	-
Teléfono Fijo 2	-
Teléfono Móvil 1	1 - 958561546
Teléfono Móvil 2	-
Correo Electrónico 1	dyndexari@gmail.com
Correo Electrónico 2	-

Domicilio Fiscal	
Actividad Económica Principal	4661 - VENTA AL POR MAYOR DE COMBUSTIBLES SÓLIDOS, LÍQUIDOS Y GASEOSOS Y PRODUCTOS CONEXOS
Departamento	LIMA
Provincia	LIMA
Distrito	LA VICTORIA
Tipo y Nombre Zona	URB. BALCONCILLO
Tipo y Nombre Vía	CAL. LOS BRILLANTES
Nro	438

Km	-
Mz	-
Lote	-
Dpto	-
Interior	-
Otras Referencias	-
Condición del inmueble declarado como Domicilio Fiscal	OTROS.

Datos de la Persona Natural / Datos de la Empresa	
Documento de Identidad	DNI 07634686
Cond. Domiciliado	DOMICILIADO
Fecha de Nacimiento o Inicio Sucesión	03/05/1975
Sexo	Masculino
Nacionalidad	PERUANA
País de Procedencia	-

Registro de Tributos Afectos				
Tributo	Afecto desde	Exoneración		
		Marca de Exoneración	Desde	Hasta
IGV - OPER. INT. - CTA. PROPIA	05/11/2020	-	-	-
RENTA 4TA. CATEG. RETENCIONES	01/12/2020	-	-	-
RENTA - REGIMEN MYPE TRIBUTARIO	05/11/2020	-	-	-