



**FACULTAD DE INGENIERÍA, ARQUITECTURA Y
URBANISMO**

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
INGENIERÍA INDUSTRIAL**

TESIS

**GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTO,
ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN PARA
INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EN LA
EMPRESA OYMBRANDS S.A.C. - 2019**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
INGENIERO INDUSTRIAL**

Autor (es):

**Bach. Feijoo Díaz, Luis Felipe
(Orcid:0000-0003-0097-5468)**

**Bach. Gonzales Alón, Flavia Ximena
(Orcid:0000-0003-4109-2880)**

Asesor:

**MSc. Purihuaman Leonardo, Celso Nazario
(Orcid:0000-0003-1270-0402)**

Línea de Investigación:

Infraestructura, Tecnología y Medio ambiente

**Pimentel – Perú
2021**

TESIS
GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTO,
ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN PARA
INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA
OYMBRANDS S.A.C. - 2019

Aprobación del Jurado

MSc. Purihuaman Leonardo, Celso Nazario

Asesor

Mg. Tuesta Monteza, Victor Alexci

Presidente del jurado de Tesis

Ing. Simpalo Lopez, Walter Bernardo

Secretario del jurado de Tesis

MSc. Purihuaman Leonardo, Celso Nazario

Vocal del jurado de Tesis

Dedicatoria

A mis padres, Mery y Gonzalo
a mis hermanas, Guisella y Paola
A mi sobrina Mikella
a mi compañero de tesis, Luis;
a mis amigos
Esto es por y para ustedes.

Flavia Ximena González Alón

A mis padres, Reyna y Felipe,
a mi hermana, Evi,
a mi sobrina Camila
a mi compañera de tesis, Flavia;
a mis amigos

Luis Felipe Feijoo Díaz

Agradecimiento

Queremos agradecer primero a Dios ya que gracias al hemos llegado a dónde estamos y nos ha brindado salud, a nuestras familias, por sus infinitas muestras de amor, comprensión y apoyo incondicional por ser nuestros ejemplos de superación.

Así mismo, a nuestros asesores, quienes, a través de sus conocimientos, orientaciones, paciencia, rigor académico y amistad han sido fundamentales para el desarrollo y culminación de este proyecto de investigación.

Y, finalmente, a todas las personas que de alguna u otra manera nos brindaron su apoyo y amistad en nuestro camino profesional, a todos ustedes, gracias.

Flavia González y Luis Feijoo

GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTO, ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN PARA INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA OYMBRANDS S.A.C. 2019

SUPPLY, STORAGE AND DISTRIBUTION MANAGEMENT TO INCREASE PRODUCTIVITY IN THE COMPANY OYMBRANDS S.A.C. 2019

**Luis Felipe, Feijoo Díaz ¹
Flavia Ximena, Gonzales Alón ²**

Resumen

El presente trabajo plantea “La Gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución para incrementar la productividad en la empresa OYMBRANDS S.A.C. 2019 “”, en el cual el objetivo principal es elaborar una propuesta de mejora de la gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución para incrementar la productividad de la empresa OYMBRANDS S.A.C. La muestra está representada por el personal que labora en el área de aprovisionamiento, almacenamiento, distribución y documentación que se desarrolla en relación con la generación, manipulación, almacenamiento y despacho con respecto a las diferentes unidades de la empresa. El tipo de investigación es aplicada y descriptiva, el diseño es no experimental, usándose las técnicas encuesta, Check list y guía de análisis documental. Actualmente la gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución de la empresa es ineficiente ya que cuentan con diversos problemas que fueron identificados mediante herramientas de diagnóstico que se aplicaron en la presente investigación que nos sirvieron como respaldo de todo lo estudiado y que es presentado en el desarrollo de la propuesta de la investigación. La propuesta de la investigación está basada en la herramienta del ciclo Deming, Layout, Sistema ABC y el diseño de un modelo de servicio al cliente. Mediante la aplicación de la propuesta la productividad de la mano de obra aumentaría en un 28%. Se evaluó el beneficio costo de la propuesta obteniéndose 1.69, dándonos a entender que por cada sol invertido habrá una ganancia de 0.69 soles.

Palabras Clave: *Análisis, gestión, aprovisionamiento, almacenamiento y distribución y productividad*

¹ Adscrito a la escuela de Ingeniería Industrial Pregrado, universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú, email:fdiazluisfelipe@crece.uss.edu.pe Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0097-5468>

² Adscrita a la escuela de Ingeniería Industrial Pregrado, universidad Señor de Sipán, Pimentel, Perú, email:galonflaviaxime@crece.uss.edu.pe Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4109-2880>

Abstract

The present work proposes “Supply, storage and distribution management to increase productivity in the company OYMBrands S.A.C. 2019 “”, in which the main objective is to prepare a proposal to improve the management of supply, storage and distribution to increase the productivity of the company OYMBrands S.A.C. The sample is represented by the personnel that works in the area of provisioning, storage, distribution and documentation that is developed in relation to the generation, handling, storage and dispatch with respect to the different units of the company. The type of research is applied and descriptive, the design is non-experimental, using the survey, check list and documentary analysis guide techniques. Currently, the management of supply, storage and distribution of the company is inefficient since they have several problems that were identified through diagnostic tools that were applied in this research that served as support for everything studied and that is presented in the development of the research proposal. The research proposal is based on the Deming, Layout, ABC System cycle tool and the design of a customer service model. By analyzing the proposal after the possible implementation, productivity will increase by 28%. It was concluded that the proposal for a proposal to improve will contribute to increased productivity.

Keywords: *Analysis, management, provisioning, storage and distribution and productivity*

ÍNDICE

| | |
|--|-----|
| Dedicatoria | iii |
| Agradecimiento | iv |
| <i>Resumen</i> | v |
| <i>Palabras Clave</i> | v |
| Abstract | vi |
| ÍNDICE | vii |
| ÍNDICE DE FIGURAS..... | ix |
| ÍNDICE DE TABLAS | xi |
| I. INTRODUCCIÓN | 14 |
| 1.1. Realidad Problemática. | 14 |
| 1.2. Trabajos previos | 17 |
| 1.3. Teorías relacionadas al tema..... | 20 |
| 1.3.1 Gestión logística..... | 20 |
| 1.3.1.1. Funciones | 23 |
| 1.3.1.3. Almacenamiento | 26 |
| 1.3.1.4. Distribución..... | 33 |
| 1.3.2. Productividad | 35 |
| 1.4. Formulación del problema. | 37 |
| 1.5. Justificación e importancia del estudio. | 37 |
| 1.6. Hipótesis..... | 38 |
| 1.7. Objetivos. | 38 |
| 1.7.1. Objetivos General..... | 38 |
| 1.7.2. Objetivos Específicos..... | 39 |
| II. MATERIAL Y MÉTODO | 41 |
| 2.1. Tipo y diseño de Investigación. | 41 |

| | | |
|--------|---|-----|
| 2.2. | Población y muestra | 42 |
| 2.3. | Variables, Operacionalización. | 42 |
| 2.4. | Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad. 45 | |
| 2.5. | Procedimiento de análisis de datos. | 46 |
| 2.6. | Aspectos éticos. | 47 |
| 2.7. | Criterios de Rigor Científico..... | 47 |
| III. | RESULTADOS | 50 |
| 3.1. | Diagnóstico de la empresa | 50 |
| 3.1.1. | Información general | 50 |
| 3.1.2. | Descripción del proceso de servicio..... | 54 |
| 3.1.3. | Análisis de la problemática | 56 |
| 3.1.4. | Situación actual de la variable dependiente | 72 |
| 3.2. | Propuesta de investigación | 87 |
| 3.2.1. | Fundamentación | 87 |
| 3.2.2. | Objetivos de la propuesta | 87 |
| 3.2.3. | Desarrollo de la propuesta..... | 88 |
| 3.2.4. | Productividad esperada con la mejora..... | 136 |
| 3.2.5. | Análisis beneficio/costo de la propuesta | 143 |
| 3.3. | Discusión de resultados..... | 147 |
| IV. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES | 150 |
| | REFERENCIAS | 153 |
| | ANEXOS | 158 |
| | ANEXO 01. Validación de la encuesta..... | 158 |
| | ANEXO 02. Encuesta | 161 |
| | ANEXO 03. Autorización para el recojo de información..... | 165 |

ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|-----|
| Figura 1. Gestión logística | 21 |
| Figura 2.Flujo de la gestión logística | 22 |
| Figura 3.Departamento de logística | 23 |
| Figura 4.Sistemas de gestión de almacenes | 29 |
| Figura 5.Diseño de almacén..... | 30 |
| Figura 6.Tamaño de almacén | 32 |
| Figura 7.Gestión de transporte | 34 |
| Figura 8.Ubicación geográfica de la empresa OYMBrands S.A.C..... | 52 |
| Figura 9.Organigrama de la empresa OYMBrands S.A.C.-Chiclayo | 53 |
| Figura 10.Flujograma del proceso de servicio de la empresa OYMBrands S.A.C.- Chiclayo..... | 55 |
| Figura 11.Productos recibidos que cumplen con las especificaciones de calidad. | 58 |
| Figura 12.Los productos son contabilizados..... | 59 |
| Figura 13.Porque son frecuentes los problemas en los pedidos..... | 60 |
| Figura 14.Los productos se encuentran protegidos..... | 61 |
| Figura 15.Condiciones del almacén. | 62 |
| Figura 16.Condiciones del almacén. | 63 |
| Figura 17.Condiciones del almacén. | 64 |
| Figura 18.Despacho de productos. | 65 |
| Figura 19.Atención al cliente. | 66 |
| Figura 20.Informe de la llegada de productos..... | 67 |
| Figura 21.Gestión logística. | 68 |
| Figura 22.Ishikawa de la gestión de aprovisionamiento. | 69 |
| Figura 23.Ishikawa de la gestión de almacenamiento..... | 70 |
| Figura 24.Ishikawa de la gestión de distribución..... | 71 |
| Figura 25. Pareto de producto más vendido..... | 78 |
| Figura 26.Pareto de línea más vendida. | 80 |
| Figura 27: Gestión logística de la empresa OYMBrands..... | 88 |
| Figura 28: Plan de clasificación. | 95 |
| Figura 29:Layout actual de la empresa OYMBrands..... | 116 |

| | |
|---|-----|
| Figura 30: Propuesta de Layout vista primer nivel para la empresa OYMBrands. | 118 |
| Figura 31: Propuesta de Layout 2° nivel de la empresa OYMBrands. | 120 |
| Figura 32: Factores impuestos por el cliente..... | 125 |
| Figura 32: Factores impuestos por el cliente..... | 131 |
| Figura 33: Plan de marketing para la empresa OYMBrands S.A.C..... | 134 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 Funciones de la logística..... | 24 |
| Tabla 2 Procesos de aprovisionamiento..... | 25 |
| Tabla 3 Operacionalización de la variable dependiente..... | 43 |
| Tabla 4 Operacionalización de la variable independiente..... | 44 |
| Tabla 5 Líneas y productos de la empresa OYMBrands S.A.C..... | 51 |
| Tabla 6 Lista de chequeo de la empresa OYMBrands S.A.C..... | 57 |
| Tabla 7 Productos correctamente identificados | 59 |
| Tabla 8 Problemas frecuentes con los pedidos | 60 |
| Tabla 9 Control de documentos | 61 |
| Tabla 10 Los productos se encuentran protegidos del agua y el sol | 62 |
| Tabla 11 Condiciones de la ventilación del almacén..... | 63 |
| Tabla 12 Verificación y registro de productos despachados..... | 64 |
| Tabla 13 Verificación y registro de productos despachados..... | 65 |
| Tabla 14 Capacitación al personal | 66 |
| Tabla 15 Cumplimiento de horarios del personal | 67 |
| Tabla 16 Resolver problemas rápidamente | 68 |
| Tabla 17 Promedio de ventas de productos del año comercial 2018..... | 73 |
| Tabla 18 Participación de las prendas más vendidas | 76 |
| Tabla 19 Promedio de ventas anuales por líneas | 79 |
| Tabla 20 Frecuencia de las líneas más vendidas..... | 80 |
| Tabla 21 Inversión de la empresa OYMBrands hacia los trabajadores | 81 |
| Tabla 22 Promedio de comisiones del año comercial 2018..... | 83 |
| Tabla 23 Promedio de ventas netas del año comercial 2018 | 84 |
| Tabla 24 Costo de ventas de la empresa OYMBrands S.A.C..... | 85 |
| Tabla 25 Identificación de problemas | 90 |
| Tabla 26 Cronograma de soluciones propuestas | 91 |
| Tabla 27 Organización del equipo | 92 |
| Tabla 28 Control de aprovisionamiento..... | 93 |
| Tabla 29 Ficha de evaluación para empresa de transporte..... | 94 |

| | |
|---|-----|
| Tabla 30 Ficha de productos erróneos | 96 |
| Tabla 31 1° cumplimiento de acciones | 98 |
| Tabla 32 Culminación del ciclo Deming | 99 |
| Tabla 33 Diagnóstico de problemas | 101 |
| Tabla 34 Cronograma de soluciones propuestas | 102 |
| Tabla 35 Rotación de productos..... | 104 |
| Tabla 36 Información..... | 105 |
| Tabla 37 Cartilla de información | 106 |
| Tabla 38 Información..... | 107 |
| Tabla 39 Organización del equipo | 109 |
| Tabla 40 Revisión | 110 |
| Tabla 41 Finalización del ciclo Deming | 111 |
| Tabla 42 Análisis ABC de los productos con mayor demanda..... | 112 |
| Tabla 43 Resumen del análisis ABC..... | 113 |
| Tabla 44 Método de Guerchet..... | 113 |
| Tabla 45 Indicadores del coeficiente K..... | 114 |
| Tabla 46 Presupuesto de la propuesta de mejora de la gestión de almacenamiento | 121 |
| Tabla 47 Inicio del Ciclo Deming..... | 123 |
| Tabla 48 Revisión | 128 |
| Tabla 49 Finalización del ciclo Deming | 129 |
| Tabla 50 Costos de la propuesta de marketing..... | 135 |
| Tabla 51 Estimación de costo del ciclo Deming..... | 136 |
| Tabla 52 Prendas dañadas por mal almacenamiento..... | 137 |
| Tabla 53 Promedio de las ventas perdidas 1° semestre comercial 2018..... | 139 |
| Tabla 54 Promedio de ventas recuperadas del año comercial 2018..... | 140 |
| Tabla 55 Compras aproximadas de un cliente frecuente | 144 |
| Tabla 56 Beneficio semestral esperado de la propuesta..... | 145 |
| Tabla 57 Resumen de la inversión total de la propuesta de mejora..... | 146 |

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática.

Diferentes cambios en los vínculos comerciales, los problemas capitalistas y sus consecuencias, diversidad e incremento tecnológico favorecen gradualmente a la planificación de las actividades productivas y de los servicios que llegaron a nivel mundial. Chile de acuerdo a su sector empresarial facilita el precisar la existencia de operaciones como: transportación, manejo de materiales, almacenaje, servicio a los clientes, procesamiento del pedido de los clientes, abastecimiento, documentos informativos, entre otras. En meses recientes se ha podido ver el incremento en desechos y residuos. Productos devueltos, ociosos, diversificación de materiales o equipos por nuevas tecnologías innovadoras para la industria. Por lógica, las ideas a las cuales siguen las entidades van orientadas a proyectarse en la investigación y aprovechamiento de mejores prácticas, quienes respalden un alto desempeño. (De la Cruz, Fornaris y Pravia, 2017).

En el año 2016 Falla y Becerra escribieron que en la logística del mercado Colombiano se detectó a la gestión logística como un factor significativo sin embargo el problema empieza por el empaquetado de pedidos siendo un proceso principal en un centro de distribución más fácil a la equivocación del colaborador, debido a que habitualmente el hombre interfiere con mayor frecuencia, dando paso a la programación y la liberación de los pedidos de los clientes, para continuar con el picking encontrándose considerado por ser la operación con el costo elevado en el almacén, no siendo menos importante la preparación de pedidos, debido a que generar desde 40% y hasta 60% del estudio referido a la mano de obra de un almacén. Obteniéndose así, como fuerza laboral de una instalación logística y la facultad para responder efectivamente a las variantes que ocurran en la preparación de pedidos, lo convierte en un indicador clave de costos y la productividad.

Figueredo, Ortiz y Martínez (2017) afirman que en Cuba con el transcurso de los años los almacenes se transforman en una cadena irrevocable en la gestión logística de las empresas internacionales con sistematización globales este es el caso de la empresa de obras de Arquitectura e Industriales de Granma que optó por el desarrollo de un sistema informático automatizado brindándole a esta entidad una herramienta eficiente reductora

de costos de transporte para certificar el flujo de la información disponible desde los almacenes hacia las diferentes áreas. La solicitud de los productos antes de ser instaurados el sistema dependía de almacenes mal diseñados, largas distancias entre tareas, inadecuadas gestiones que causaban deficiencias en la planificación, y el servicio al cliente. Con el sistema actualmente implementado el tiempo de armar un pedido de diversos materiales disminuyó en más de un 80%. Por último, también redujo considerablemente el tiempo para hacer efectivo la inspección necesaria a la gestión de los almacenes.

También se ha encontrado investigación en el ámbito nacional relacionadas en el tema de investigación, que presentamos enseguida. En la actualidad ya no se opta por polvorientos y viejos depósitos, por lo contrario, se utilizan lugares lo suficientemente grandes y ubicados estratégicamente para la cercanía de los consumidores. Este es el caso de la empresa Mapalsa ubicada en la ciudad de Lima, dedicada al rubro retail, que presenta una deficiente automatización en sus procesos y espacios reducidos, que no cumplían con las medidas requeridas para las diferentes campañas, además no se encuentra ubicada estratégicamente y solo cuenta una rampa de acceso, lo cual generaba costos elevados de arrendamiento de almacenes externos y transporte extras. En los últimos meses del año, se optó por una reubicación del almacén y se utilizó un sistema picking de selección y recojo de los productos con lo que fue reducido en un 30% los cuellos de botellas y en 20% los costos extras de almacenaje externo y transporte. Finalmente, también se redujo considerablemente el tiempo de despacho a los clientes y los niveles de inventario. (Román, 2018).

Anónimo, (2017) afirma que hoy en día el mercado moderno de alimentos representa un 90% de las ventas de productos de consumo masivo, por lo que los sistemas logísticos son un eslabón de gran importancia, la cadena de hipermercados Tottus puso en marcha un nuevo centro de producción ubicado en Huachipa, Lima; esta nueva instalación tendría un área de 7393m² para lo que se estimó un presupuesto de más de 11 millones de USD. En tanto el centro de distribución está dividido en 2 CD una para productos fresco y la otra para los productos secos, esta estructura que sirve para repartir sus operaciones logísticas, funciona como un gran almacén desde donde salen los vehículos para que estos trasladen los productos a cada uno de las tiendas. Terminando el 2017, el holding chileno Falabella contaba con 65 supermercados de sus marcas Tottus

en el sector retail peruano, y gracias al nuevo centro de producción y almacenamiento que se implementó, se estima que para el próximo año se abran cuatro tiendas más.

En el año 2014 Flores afirmo que la inquietud de las empresas dedicadas al rubro de fabricación de campamentos mineros, se priorizaba en la contribución del incremento de la rentabilidad, debido a que la colectividad de estas empresas no logran examinar y reconocer los procesos que impresionan en la gestión logística, aplicándose dicha propuesta en la implementación de un campamento minero en Hualgayoc Cajamarca, implantando sistemas y gestión de información, para así perfeccionar el buen uso del control de stock de materiales e implementos para el campamento, mejorando el control en la gestión de pedidos y seleccionar de manera predeterminada la mejor opción que va a satisfacer las necesidades de los trabajadores. Teniendo un cambio que se complica en la implementación y elaboración de dichos campamentos seria el pronóstico de la demanda siendo urgente la incorporación de sistemas que ayuden a tener una acertada proyección de movimientos evitando enfrentar errores logísticos: desabastecimiento, falta de operarios, exceso de carga trabajo, etc.

En la actualidad las organizaciones de logística incluyendo la distribución, están bajo una dura presión por aumentar la productividad y la mejora y optimización de sus operaciones de almacenaje con el fin de enfrentar los altos costos de operación y la demanda elevada de requerimientos de los clientes. En la empresa centro hogar Chiclayo dedicada a la distribución y comercialización de electrodomésticos y productos para el hogar, que cuenta con proveedores reconocidos en el mercado como productos Paraíso del Perú y marcas como SAMSUNG, LG y MABE. Se están enfrentando a un conjunto de factores tales como roturas de stock, ejecución de pedidos de forma irregular, ausencia de control de entradas y salidas de los productos, escases de stock de seguridad y, no contar con una base de datos e historial informático afectando duramente en la rentabilidad de la empresa. (“Logística 360”, 2018).

Saldaña, (2018) menciona que, en el norte del Perú, en el departamento de Lambayeque genera varios problemas la gestión logística para las compañías de tipo retail, los cuales son generados por la falta de equipos e implementos para el correcto orden de su aprovisionamiento, almacén y distribución. Exponiendo el caso de la empresa 3A Amseq-Chiclayo dedicada a la distribución de materiales siderúrgicos para la industria metal-metálica, en donde se identificaron el abastecimiento inadecuado, traslado demorado por el desabastecimiento de montacargas, generando el exceso de stock paralizado. Diseñando una propuesta para aumentar su rentabilidad, utilizando métodos de ingeniería logística que fueron: la elaboración de pronósticos, filosofía Kaizen (mejora continua), rediseño del proceso y aplicación del orden a través del método de 5S. cotizándose con un valor actual neto (VAN) de S/ 34,345 y obteniendo un beneficio-costos (B/C) de 1.41.

Actualmente existe actividades comerciales de nivel competitivo, los empresarios locales tratan de elaborar a niveles óptimos con bajos costos y mayores márgenes de utilidad que les permita mantener la operatividad en sus negocios, además tienen como principal meta dar al mercado productos y servicios de buena calidad, obteniendo instaurar confianza entre sus clientes y un buen posicionamiento en el mercado. (Gallardo, 2019)

Es el caso de la empresa OYM Brands S.A.C, en la que se realiza este trabajo de investigación dedicada al rubro de comercialización y distribución de ropa y accesorios de marcas como DC, roxy, fox, quiksilver, que inició sus actividades el 6 de marzo del 2009. Cuenta con un sistema muy completo de comprobantes de pago, búsqueda de productos en stock, entre otras actividades, sin embargo la empresa no cuenta con un aprovisionamiento adecuado, insuficiente espacio en el almacén, los pasillos no se respetan, cualquier espacio o esquina es buena para dejar una caja con la mercadería que es recién recepcionada debido a este mal almacenamiento, el producto sufre daños en la calidad generando la devolución de los productos, como también las ubicaciones son poco estratégicas es por ello que el tiempo de manipulación es mayor, por lo tanto, el plazo de entrega a cliente también aumenta, generando malestar en el cliente y consigo trayendo más deficiencias.

1.2. Trabajos previos

Valle, (2014), en su tesis “Diseño de un modelo de gestión logística en la empresa

MEGAPROFER S.A. de la ciudad de Ambato-Ecuador, para mejorar los niveles de productividad”. Como objetivo plantea un diseño de gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución para el uso de los productos en almacén, permitiendo crecer las categorías de productividad en la empresa, con el soporte de los métodos de investigación deductivo, inductivo, sintético y analítico, y con el propósito de establecer las necesidades y condiciones de la organización, se cumplió una investigación de campo, en donde se utilizaron los sistemas de abastecimiento, sistema de mejora continua, Layout y ABC, dando como resultado un aumento en la productividad del 10%, el margen de contribución en 4.63% y una mejora en sus procesos de manejo de mercadería desde el aprovisionamiento hasta que el producto llega al cliente final.

Cardozo en su tesis “Caracterización y propuesta de mejora en las prácticas de gestión logística en alistamiento y distribución de automóviles nuevos en Colombia, 2016” enfocándose en las mejoras al proceso en cuanto a la comercialización y almacenamiento de automóviles nuevos además de diseñar un modo donde empresas pudiesen manejar el proceso, utilizando una filosofía de complacencia para el consumidor, incorporación de valor, productividad, elevación en la rentabilidad. Utilizando una investigación aplicada, con nivel explicativo, cuasi experimental como diseño, un enfoque cuantitativo, y método hipotético-deductivo implementando métodos como justo a tiempo, Layout, ciclo Deming entre otros. Mejorando el 43% de cumplimiento de pedidos, la productividad en un 68%, mejor distribución del almacén y con 24 subprocesos presentando una eficiencia total de 74%.

En la localidad de Bogotá-Colombia Henao y Sánchez, en su tesis “Propuesta para optimizar la operación logística en los procesos de alistamiento y despacho de mercancía en el centro de distribución Colfrigos S.A.C. 2016” mostrando como primordial objetivo de la empresa, el movimiento de kilos de producto seco o refrigerado, dependiendo de los pedidos que solicitan los clientes. Debido a los consecutivos problemas que presenta este centro de distribución se aplicaron los métodos de investigación analítico y deductivo, obteniendo una mejora en la productividad del 81%, reduciendo la capacidad de necesitar 16 a solo 11 operarios.

Alvarado (2017), elaboró en Lima una tesis titulada “Aplicación de la Gestión Logística para mejorar la Productividad en el almacén de la empresa industrias Roland

Print S.A.C. Puente Piedra”, con el objetivo de proporcionar entregas correctas de los pedidos en la empresa, incrementando la productividad y disminuyendo el costo de almacenaje para hacer efectivas los despachos de pedidos perfectos en la fecha pactada con los clientes y con los requisitos completos de estándares tanto de precio como calidad, respetando todas las reglas que establece y se brinda. Ante esta situación, se ejecutó una investigación aplicada, explicativa, un diseño cuasi experimental, con enfoque cuantitativo y un método hipotético-deductivo, como resultado se logró aumentar de manera considerada la productividad en un 27%, la eficiencia en un 19% y la reducción en un 5.65% en eficacia en el almacén de la empresa logrando reducir cuellos de botellas.

En la ciudad de Arequipa Cornejo y León, en su tesis “Propuesta de mejora para la optimización del desempeño del almacén central de Franco Supermercados 2017”. Con la finalidad de verificar cual es la situación actual de los problemas frecuentes en la empresa implantando indicadores directamente relacionados a los procesos de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución. A consecuencia de los problemas que suscitan en esta empresa, aplicando mediante el diseño descriptivo, encuestas aleatoriamente a los trabajadores de las variables de desempeño del principal almacén de Franco Supermercados; hoy en día logro un 41% de cumplimiento; consolidándose el parámetro de protección y seguridad el más deficiente con un 3%.

Félix Castillo en su tesis “Gestión Logística, para mejorar la productividad en el área de almacén de la empresa servicios logísticos de Courier SMP S.A.C, Callao 2017” con el objetivo de medir como la gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución mejorará y aumentará su eficacia y eficiencia en el área de almacenaje, a través de un diseño cuasi experimental, enfoque cuantitativo. Teniendo como resultado que, lo que duro la pre-prueba (2 semanas), el promedio de tiempo que se usa para efectuar una orden de Servicios de 509 min, con 30 subprocesos reflejo que su eficiencia estaba en un total de 69%, aplicando las mejoras del estudio en la gestión logística se obtuvo un tiempo aproximado de preparación de Servicios de 203 min, con 11 subprocesos, elevando la eficiencia hasta el 91%, de mostrándose así que durante el tiempo de la investigación hubo un incremento del 24%.

En el transcurso del 2018 en la ciudad de Chiclayo Farro en su tesis “Propuesta de mejora en la gestión logística de una empresa distribuidora para disminuir devoluciones de mercadería” queriendo como objetivo reducir o eliminar devoluciones que están generando una pérdida de S/ 3 150 089 que representa al 8.67 %. Generado por 3 razones fundamentales: envío de productos vencidos, representando un 24.4% de las devoluciones; el envío de productos averiados o dañados, que genera el 34.8%; y el envío de productos errados, convirtiéndose en la causa más influyente con 40.8%. Para lo cual el autor decidió realizar una investigación aplicada, de nivel explicativo, de enfoque cuantitativo. Logrando disminuir las devoluciones de mercadería vendida en un 83.5%, las de envío de productos con averías en un 63%, y los productos erróneos en un 88%, como también los productos vencidos en un 100%, incrementando indicadores como el nivel de servicio en un 7.33%, y la eficiencia económica en un 6.63%.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

1.3.1 Gestión logística

Según Yuijan, (2014) con respecto a la gestión logística un concepto que define de la mejor manera inca que,

Se conoce como el proceso que controla e implementa eficaz y eficientemente el flujo de almacenamiento de mercadería de bienes o información desde su partida con la finalidad de llegar al cliente y cumplir con sus necesidades y satisfacerlo (p.15)

Así mismo, Molina, (2015) habla de la intervención que tiene la gestión logística en la empresa y lo que aporta al incremento productivo.

La gestión logística en una empresa no depende del tamaño ni de la actividad que esta presta a la sociedad, sino de la manera en que las organizaciones cumplen con un adecuado aprovisionamiento y brindar con eficiencia y en el tiempo estimado lo requerido por los consumidores. Convirtiendo a la logística en la razón y corazón de toda empresa desarrollando un rol importante, debido a que, si se fomenta de una forma correcta, se mejorará la gestión de aprovisionamiento, la productividad, el funcionamiento interno de la empresa y la calidad de los productos o servicios que se ofrecen al mercado (p.17)

Objetivos

Se deduce como objetivo general es responder a las necesidades de la distribución, tanto interna y externa, eficientemente. Permitiendo así fragmentar en una serie de

objetivos específicos vinculados directamente con las funciones logísticas: (Molina, 2015)

Aprovisionamiento.

-Determinar la cantidad precisa de los productos en función del proceso productivo o comercial, teniendo un punto de vista de rentabilidad.

-Veracidad comercial con los proveedores.

Logística interna.

-Identificar los recursos humanos y materiales requeridos.

- Clasificar el almacén con criterios de eficiencia controlando la ubicación y estado de mercaderías.

Logística externa.

-Priorizar las necesidades que desean los clientes acoplándose de forma dinámica a la situación y al diverso cambio del mercado.

- Distribuir la mercadería en forma segura y con el tiempo óptimo obteniendo menor costo posible, como se muestra en la figura 1.

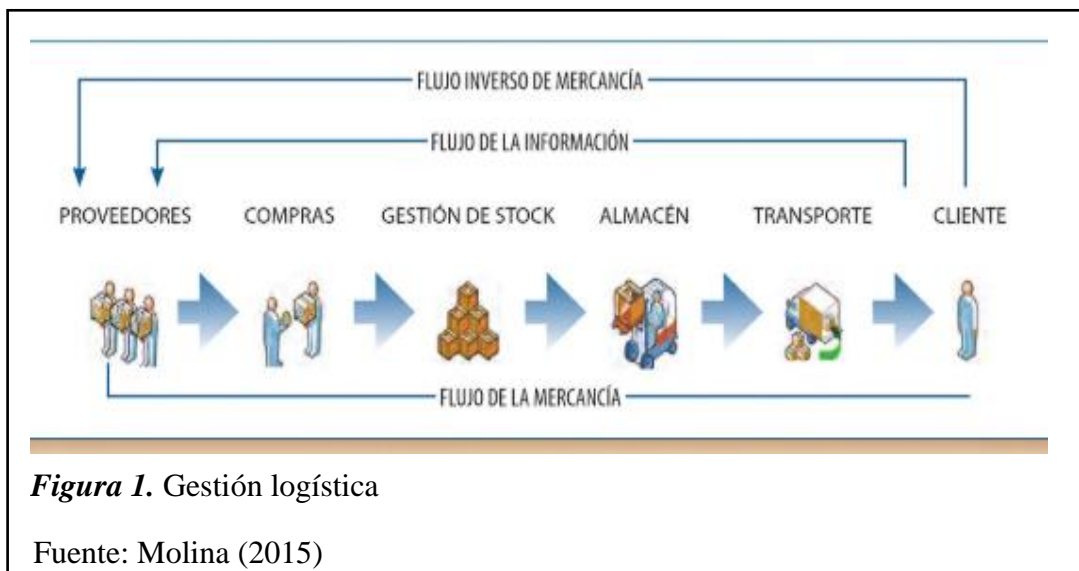
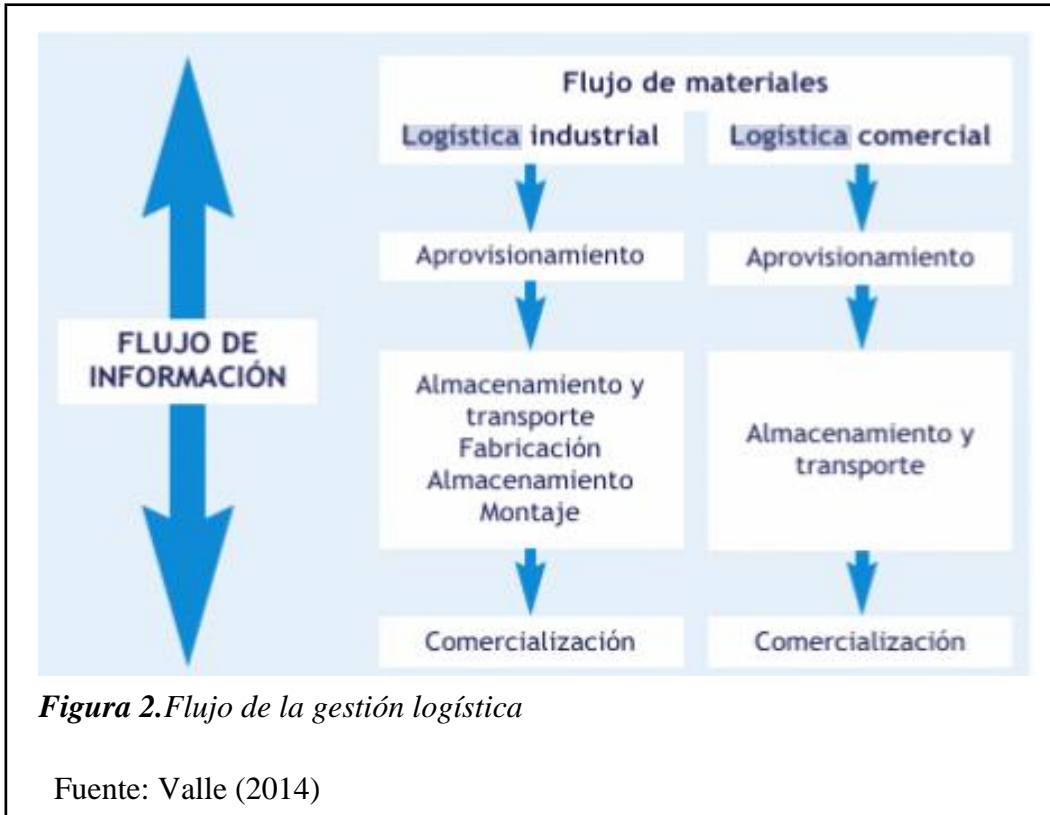


Figura 1. Gestión logística

Fuente: Molina (2015)

Implantación de la logística

Según Valle, (2014) Para identificar la logística de una empresa es forzoso determinar el sector y tipo de empresa donde se encuentran, debido que la logística industrial tiene mayor complejidad que la logística comercial como señala la figura 2.



Valle, (2014) asegura que una vez determinado el tipo de empresa, su función, sistema organizativo y tamaño, encontramos tres alternativas.

- Externalizar la función, contratando una empresa terciaria especializada en logística que genere un mejor funcionamiento.
- Ingresar la función logística en el departamento o área comercial.
- Tener el departamento logístico de manera independiente.

A continuación, podemos apreciar en la figura 4, como se compone la dirección general.

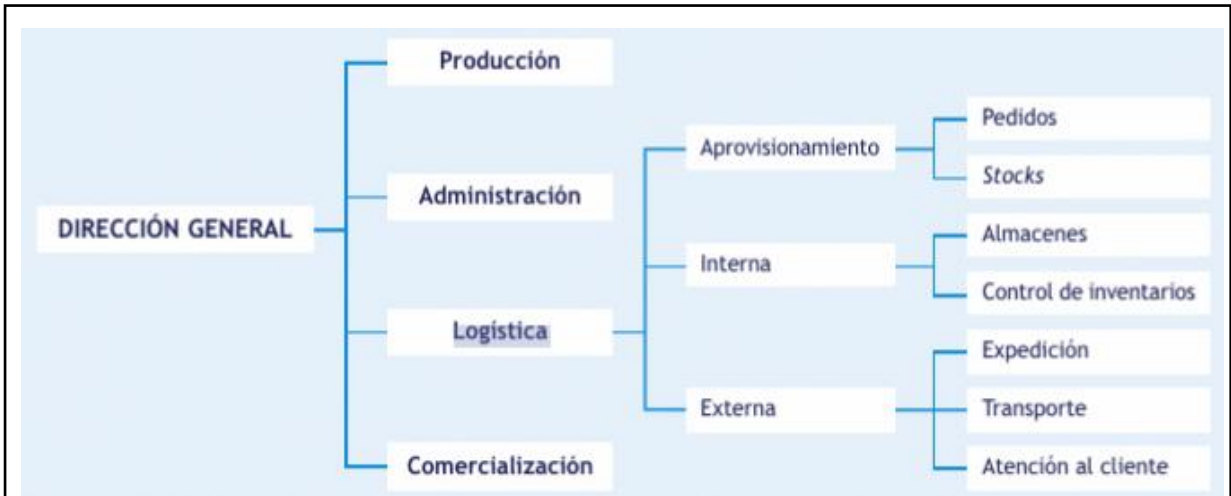


Figura 3.Departamento de logística

Fuente: Valle (2014)

1.3.1.1. Funciones

Actualmente, la logística es comprendida como un sistema integral, es decir “uno solo” pudiendo tomar diversas formas organizativas pero que generalmente debe terminar dividiéndose en 3 áreas diferentes (Gutiérrez, 2010, p.21)

Tabla 1*Funciones de la logística*

| Funciones de la logística | | |
|---------------------------|--------------------------|--|
| Área | Funciones | Descripción |
| Aprovisionamiento | Gestión de pedido | Acciones correspondientes a la compra industrial: -Identificación de necesidades. -Indagación de proveedores. -Determinación exacta de las mercaderías. -Efectividad en los pedidos. -Recepción de los productos. |
| | Gestión de stocks | Análisis para identificar los niveles exactos de stocks para el correcto funcionamiento de la empresa obteniendo el menor coste, que facilite determinar la cuantificación y periodicidad de los pedidos. |
| Logística interna | Almacenaje | Localización, conservación y manipulación de la mercancía mientras permanece en la empresa. |
| | Gestión de inventario | Control y valoración de las existencias de mercancías en los almacenes en periodos de tiempo acordados para reducir pérdidas. |
| Logística externa | Expedición de mercancías | Preparación de los pedidos solicitados por los clientes, incluyendo el piking y paking. |
| | Transporte | Traslado de la mercadería a partir del almacén hasta el punto final en condiciones óptimas, tiempo deseado y rentable. |
| | Atención al cliente | Progreso del sistema logístico comercial en función de las necesidades del cliente. |

Fuente: Gutiérrez (2010)

1.3.1.2. Proceso de aprovisionamiento

Es el proceso que, de forma eficiente, lleva a cabo una empresa que garantiza la disponibilidad de productos y/o servicios que tienen para el desempeño de su actividad y, por tanto, para la obtención de sus objetivos estratégicos. (Álvarez, 2011, p.35)

Tabla 2

Procesos de aprovisionamiento

| Proceso de aprovisionamiento | |
|---|---|
| Etapa | Descripción |
| Identificación de necesidades | Intercambio de información entre departamentos para un buen funcionamiento y cumplimiento de sus necesidades. |
| Selección de las fuentes de aprovisionamiento | Búsqueda de los proveedores correctos que cumplan con todo lo necesario para el aprovisionamiento |
| Gestión de compras | Realización del pedido, validación de la recepción de los materiales y verificación de la operación para que se proceda al correspondiente pago |
| Gestión de stock | Realización e inspección de las operaciones de almacenaje de mercadería, así como de las entradas y salidas entre los almacenes de la empresa |
| Evaluación y control | Evaluación y calificación del logro de los objetivos del proceso de aprovisionamiento frente al control del desarrollo adecuado de las actividades de acuerdo a lo previsto |

Fuente: Álvarez (2011)

De esta manera, Álvarez (2011) sostiene la existencia puntos críticos en la función de aprovisionamiento. Para adquirir con eficacia, las empresas deben tener en cuenta los siguientes factores.

- Las metas estratégicas ya consolidadas en la empresa.
- El tiempo y el espacio.

- El coste económico.

Proveedor

Ariel, (2007) afirma el proveedor es aquella empresa o persona encargada de avalar y respaldar el suministro de bienes, servicios y/o recursos entre empresas mediante términos legales de la contratación mercantil que se concreta por medio de un acuerdo formal.

Gestión de compras

En el año 2007 Gallardo afirma que uno de los elementos primordiales del aprovisionamiento es el requerimiento o compra que la empresa debe realizar para abastecerse de todo lo que el cliente necesite y poder satisfacer sus necesidades. Para que este requerimiento sea eficiente se realiza mediante un proceso lógico, denominado proceso de compra.

Las funciones que debe desarrollar el departamento de compras, va de la mano con la dirección comercial de la empresa, y son.

- Mantener a los proveedores fiables y competentes.
- Asegurar que el área de aprovisionamiento cumpla de forma correcta las necesidades de la empresa.
- Ejecutar las compras de la manera más óptima para el beneficio de la empresa.
- Apoyar la gestión de stocks para obtener un incremento en la eficiencia.
- Tener un buen cambio de información entre con el resto de los departamentos de la empresa involucrados en el aprovisionamiento.
- verificar y calificar todos los procesos de compra y así mejorar su valor y calidad.

1.3.1.3. Almacenamiento

El almacenamiento se entiende por un proceso lógico el cual tiene como objetivo que el producto a almacenar por medio de un sistema, persona, en un determinado tiempo se mantenga en óptimas condiciones cumpliendo las características de calidad y llegue al cliente de manera eficiente (Mora, 2011). Así mismo, se considera que el almacenamiento consta de varias dimensiones para su mejor comprensión:

Dimensiones de la variable: gestión de almacenes

1° dimensión. Recepción

Mora, (2011) “Comenta que es un proceso de almacén, correspondiente a una importante fase de transferencia de propiedad entre el proveedor y cliente. Para garantizar la veracidad de la mercadería antes de la interacción en acciones de su empresa” (p.35)

Entregas Perfectamente Recibidas (EPR)

Número y porcentaje de productos y pedidos que no cumplan con las especificaciones de calidad y servicio definido con separación por proveedor.

Indicadores

$$EPR = \frac{\text{pedidos rechazados}}{\text{total de ordenes de compras recibidas}}$$

EPR= Entregas perfectamente Recibidas

2° dimensión. Almacenamiento

“Se encarga de controlar físicamente la mercancía y mantiene todos los artículos correctamente clasificados a través de los inventarios” (Mora, 2011, p.35)

Costo por unidad Almacenada (CUA)

Determinado por la relación, costo de almacenamiento y el número de unidades almacenadas en un periodo determinado.

Indicadores

$$CUA = \frac{\text{costo de almacenamiento}}{\text{n° de unidades almacenadas}}$$

CUA= Costo por unidad almacenada

3° dimensión. Preparación de pedidos

“Es la selección y recogida de productos desde su partida o lugar de almacenamiento, preparando el transporte hacia una zona de consolidación cumpliendo con las características, con el fin de realizar la entrega del pedido al cliente” (Mora, 2011, p.55)

Nivel de cumplimiento de despacho (NCD)

Permite conocer el nivel de efectividad de los despachos de mercancías en los clientes, en cuanto a los pedidos enviados en un periodo establecido.

Indicadores

$$\text{NCD} = \frac{\text{n}^\circ \text{ de despachos cumplidos}}{\text{total de pedidos entregados}}$$

NCD= Nivel de Cumplimiento de Despacho

4° dimensión. Despacho

En el año 2011 Mora afirmo que el despacho es la última operación realizada en el proceso de almacenamiento, la cual implica la manipulación de la mercancía, que comprende todos los materiales, procedimientos y métodos que sirven para acondicionar, almacenar, manipular y transportar un pedido” (p.57)

Entregas perfectas (EP)

Es la cantidad de órdenes perfectas que son atendidas y cuentan con las siguientes características:

- Coincidencia entre la entrega y la cantidad solicitada del producto.
- Cumplimiento de la fecha pactada con el cliente.
- La documentación que acompaña es detallada y exacta.
- Los artículos reúnen condiciones de calidad.
- Equipo de traslado es el adecuado y en mejor condición para la entrega de productos al cliente.

Indicadores

$$\text{EP} = \frac{\text{pedidos entregados perfectos}}{\text{total de pedidos entregados}}$$

EP= Entregas Perfectas

-El almacenamiento se considera como uno de los procesos mas importantes

-El sistema de gestión de almacenes se puede apreciar mejor en la figura 4.



1.3.1.3.1. Funciones del Almacén

Flamarique (2017) sostiene que un almacén “Se encarga de funciones tales como: conservación y control de productos. Es decir, controla el flujo de existencias que tiene la empresa” (p.12)

Diseño de Almacén

Fase de distribución: “El objetivo de una organización eficiente del almacén se basa principalmente en dos criterios.

-Aprovechar al máximo el espacio disponible en términos de metros cúbicos.

-Reducir las operaciones de manipulación y transporte interno.

Plata y Cervantes, (2007) afirman que la fase de diseño (Layout de almacén) debe efectuarse respetando las reglas básicas del buen almacenamiento evitando zonas y puntos de congestión, facilitar las actividades de mantenimiento y determinar las medidas necesarias para obtener la mayor rapidez al realizar los movimientos posibles y así reducir cuellos de botella en el trabajo.

En el diseño de la distribución deben estar perfectamente definidas las siguientes zonas: así se muestra en la figura 5.

- A. Zonas de carga y descarga.
- B. Zona de recepción.
- C. Zona de almacenaje.
- D. Zona de preparación de pedidos.
- E. Zona de expedición.



Figura 5. Diseño de almacén

Fuente: Plata y Cervantes (2007)

Los principios del almacenaje para el diseño del lay-out son:

- Aprovechar en su totalidad el espacio en superficie y en volumen.
- Facilidad de acceso al stock según el tipo de estanterías.

- Flexibilidad en la colocación con una gestión de ubicaciones.
- Cálculo de necesidades de estanterías con el sistema ABC de stock y ubicación con las referencias a los productos más vendidos.

Tamaño del Almacén

Perdiguero, (2017) nos comenta que el área de almacén se puede dividir en.

Área de almacén general. Siendo el conjunto de mercadería almacenada en una determinada área, la cual cumple varias funciones de la gestión de almacenes.

Área de piking de productos. Es la actividad realizada dentro del almacén en coordinación con el personal específico para alistar los pedidos incluyendo las operaciones destinadas a retirar y acomodar la demanda de productos con relación a lo que el cliente necesita. (Preparación de pedidos = Picking = seleccionar).

Mauleon, (2003) habla de lo que un almacén debe tener como área, afirmando lo siguiente.

La dimisión de almacenes en una empresa es primordial en sus necesidades y en sus gastos, pudiendo tener un solo almacén de tamaño considerado o diversos almacenes pequeños. Sin embargo, existen ciertos costos que intervienen en la distribución de la empresa, teniendo que decidir qué tipo de almacén es factible para sus necesidades (p.37)

Los factores tomados en cuenta son.

- Productos a almacenar (cantidad y tamaño).
- Demanda de los mercados.
- Niveles de servicio al cliente.
- Sistemas de manipulación de almacenaje.
- Tiempos de producción.
- Layout de existencias, y así en la figura 6 se muestra todos los puntos previos.



Figura 6. Tamaño de almacén

Fuente: Mauleon (2003)

Control de inventarios

Guerrero, (2009) sobre la gestión de stocks sustenta lo siguiente.

Es el conjunto de acciones que consiste en llevar una inspección de cada una de las mercancías existentes en una compañía que podrá acceder a contabilizar lo que se encuentre necesarias, preciso y en cantidades suficientes para sus actividades productivas y comerciales, con la mínima posibilidad de caer en sobre stocks o en roturas de stocks. (p.54)

Seguidamente se tiene la definición de los inventarios, respecto a ello Cruz, (2017) menciona que “Los inventarios son bienes tangibles son utilizados para la venta diaria del negocio o para ser usados en la producción de bienes o servicios para posteriormente ser comercializados” (p.45)

Sistema ABC en la gestión logística

Aceves, (2017) sostiene que el sistema ABC aplicado en logística es una clasificación básica que se usa continuamente al momento de efectuar un diseño óptimo de la división de los inventarios dentro de los almacenes, su fin es el de mejorar la distribución de los materiales, de esta manera cuando sean pedidos, estén a un alcance mucho más visible y rápido minimizando los tiempos y movimientos aumentando y mejorando el porcentaje de eficiencia al momento de realizar esta actividad.

Al momento de querer realizar el ABC en logística Aceves, (2017) afirma que “En primera instancia, debemos identificar los productos por orden de importancia o salida comercial más rápida que hay en el almacén y seguidamente distinguir y dividirlos en tres grupos”

-Artículos A. representan a los productos que más se venden, con más salida comercial y los que más afluencias tienen. Usualmente son aquellos que dan el mayor ingreso para la empresa y representan 80% de las ventas y se deben encontrarse al iniciar un almacén.

-Artículos B. son identificados por los productos de significación secundaria. Representan el 15% de las ventas, su posición no debe ser la más cercana.

-Artículos C. Productos que no tienen mucha salida comercial, ya que la mayoría de las veces cuesta más dinero mantenerlos en el almacén que el beneficio que aportan. Representan el 5% de las ventas.

1.3.1.4. Distribución

Con respecto a los costos vinculados a la distribución, para su optimización se tienen que cuidar los siguientes aspectos.

- Mantenimiento y planificación adecuada para conservar la fiabilidad del buen uso de la flota de transporte y saber que llegará en la fecha acordada, íntegro e intacto evitando recorridos innecesarios. (Mora, 2011, p.137)

Gestión de transporte

Según Castellanos, (2009) La función de transporte es el conjunto de actividades que nos permite el traslado de las mercancías terminados de los proveedores a la entidad, y de ella a los clientes finales, de forma que al momento de llegar a su destino reúnan todas las cualidades requeridas y en las condiciones solicitadas.

Además, la función de transporte según Peña, (2016) quien afirma que.

La función de transporte no solo incluye la circulación física de materiales, sino también las operaciones de carga y descarga, cuellos de botella entre ellos tiempo de espera, etc. Hoy en día concurre a los servicios de transporte tercerizados ya que muchos no cuentan con todas las herramientas necesarias para desarrollar completamente el servicio de transporte. (p.150)

Así se muestra en la figura 7.



Asimismo, Mora, (2011) nos menciona los indicadores de rendimiento en el área de transporte y distribución.

1.3.1.5. Servicio al cliente

El servicio logístico al cliente necesariamente es una parte del total de servicio que ofrece la empresa, que comienza con una posición de la empresa y posteriormente dividiremos aquellos componentes que son específicos de la logística.

Ballou, (2004) menciona que el servicio al cliente, cuando se aprovecha de forma eficiente, es una variable primordial que puede poseer un efecto esencial ante la respuesta de la demanda creando lealtad y a su vez mantener la fidelidad del cliente.

Recientemente, en el 2004 Ballou dijo que el servicio al cliente se ha designado un desarrollo de satisfacción completa el cual puede detallarse como

El proceso completo de realizar completo el pedido de un cliente. Este desarrollo incluye dar a conocer la información íntegro del producto que requiere el cliente con las características que el mismo pide, administración del pago, recolección y empaquetado de los productos, envío del paquete, entrega del mismo, así como acciones extras como la posible devolución de la mercancía entre otros. (p. 46)

1.3.2. Productividad

Según Morales, (2014) La productividad se puede calcular de manera física o a través del valor agregado; donde el primero representa la productividad de manera cuantitativa, y el valor agregado se delimita en base a una serie de actividades que crea un valor económico.

Shimizu et al (2001), brinda un concepto con respecto al valor agregado utilizado en la productividad.

Una manera de definir o medir el valor agregado, se refiere a todas las ganancias que genera una organización a través de sus productos y/o servicios. El JPC (centro de productividad de Japón) dispuso una metodología de cálculo de la productividad del valor agregado. (p.43)

Donde la fórmula se representa de la siguiente manera.

VA= Ventas netas - compras a terceros + cambio en el inventario

También se puede definir como el valor de ventas netas de una empresa, así una vez calculado el valor agregado se obtiene un indicador de productividad. (Morales, 2014)

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Valor agregado}}{\text{Numero de empleados}}$$

Representándolo de otra manera, puede obtener los siguientes cálculos de productividad.

$$\text{Productividad} = \frac{\text{Ventas totales}}{H-H} = \frac{\text{ventas totales}}{N^{\circ} \text{ de trabajadores}} = \frac{\text{ventas totales}}{\text{costo de mano de obra}}$$

A su vez García, (2005) afirma que "la productividad es la conexión entre lo producido y lo consumido", los mecanismos probados para incrementarla serian el estudio de tiempos y aplicación de métodos, así como un sistema congruente de pagos de salarios." (p.19)

La distribución de los costos, en totalidad o mayoría de las empresas giran alrededor de los siguientes porcentajes: 20% como costo de mano de obra directa, 45% como costo de materiales y por último 35% como costos generales.

Mano de obra

La productividad laboral o de la mano de obra, se debe aprender para lograr un mejor rendimiento empresarial.

En un negocio, los colaboradores son aquellos que generan un beneficio para la empresa, y los niveles de productividad determinan en qué medida los colaboradores están cumpliendo con ese propósito. (García, 2005, p.20)

En México 2005 García afirma que lógico que se deben tomar en cuenta las horas de trabajo diarias de cada colaborador, si son vendedores, deben revisar ya sea el número de ventas o el valor en moneda (dinero) de las ventas.

1.4. Formulación del problema.

¿La mejora de la gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución contribuirá a incrementar la productividad de la empresa OYMBrands S.A.C 2019?

1.5. Justificación e importancia del estudio.

Justificación.

La disposición de llevar a cabo es a partir de la necesidad del control, del desempeño de la gestión logística, actualmente la empresa OYMBrands S.A.C, no cuenta con indicadores de desempeño que brinden apoyo en el debido control de las actividades pertinentes en cada área aprovisionamiento, almacenamiento y distribución. La instauración de KPI'S logísticos, Sistema ABC y Layout, permitirá el control del rendimiento y mejorara la productividad, esto será de vital apoyo para la gerencia y se tomaran decisiones estratégicas basadas en los futuros resultados de desempeño.

Justificación Metodológica

El presente trabajo de investigación tiene como finalidad metodológico explicar la conexión directa entre la gestión de aprovisionamiento, almacenamiento, distribución y el aumento y mejora de la productividad en la empresa OYMBrands S.A.C. De este modo los beneficios obtenidos pueden ser de ayuda para futuras investigaciones en relación al tema tratado.

Justificación Económica

Con el objetivo de aumentar la productividad mediante la utilización de los diferentes sistemas utilizados en la presente tesis, se optimizará los procesos de aprovisionamiento, almacenamiento, distribución y así generar bajos costos logísticos que favorecerán financieramente a la empresa OYMBrands S.A.C.

Justificación Social

Este trabajo tiene como finalidad mejorar el desempeño de la gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución de la empresa OYMBrands S.A.C, a su vez logrando que los colaboradores puedan realizar su trabajo de manera óptima y con máxima ergonomía afirmando que los lugares de trabajo estén limpios y organizados, aumentando la productividad y la seguridad, de este modo se aumentara la rentabilidad de la empresa. Esto traerá un mejor desarrollo de las empresas a nivel nacional.

Importancia

La investigación permitirá instaurar KPI'S, Sistema ABC, Layout estos nos ayudaran a examinar la ejecución de la gestión logística, de igual manera los labores del trabajador, tienen que estar orientadas a la ejecución de objetivos, asimismo permitirá detectar errores en el proceso logístico y proporcionar soporte para ir mejorando en las actividades, eliminado tiempos muertos y mejorar la productividad, esto se divisará y se verá plasmado en una reducción de costos, y competitividad frente al mercado existente.

1.6. Hipótesis.

La mejora de la gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución contribuye a incrementar la productividad de la empresa OYMBrands S.A.C 2019.

1.7. Objetivos.

1.7.1. Objetivos General

Elaborar una propuesta de mejora de la gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución para incrementar la productividad de la empresa OYMBrands S.A.C.

1.7.2. Objetivos Específicos

- a) Diagnosticar la situación actual de la gestión logística en la empresa OYMBrands S.A.C. en relación a la productividad.
- b) Proponer el uso del ciclo Deming de Aprovisionamiento en la empresa OYMBrands S.A.C.
- c) Diseñar el Sistema ABC para el almacenamiento en la empresa OYMBrands S.A.C.
- d) Diseñar el modelo Layout, para su aplicación en la gestión de almacenamiento de la empresa OYMBrands S.A.C.
- e) Proponer mejoras en el servicio al cliente de la empresa OYMBrands S.A.C.
- f) Evaluar el beneficio costo de la propuesta de investigación.

CAPÍTULO II:

MATERIAL Y MÉTODO

II. MATERIAL Y MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de Investigación.

Tipo de investigación

La presente tesis es de enfoque cuantitativo ya que se realizaron cálculos numéricos y estadísticos para poder ser procesada y analizar la variable dependiente. En una investigación cuantitativa “se cuantifican las variables en una determinada situación; se analizan las mediciones obtenidas aprovechando los métodos estadísticos, y se retira una serie de términos”. (Sampieri, Fernández y Batista, 2014, p. 129).

Según su aplicación fue de tipo descriptiva, ya que se detallaron de manera lógica las diversas características de los procesos logísticos para seguidamente medir las propiedades de rendimiento de estos. “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno midiendo o valorando diversos aspectos, magnitudes o elementos que serán sometidos a un análisis”. (Sampieri, Fernández y Batista 2014, p. 129).

A su vez será una investigación aplicada porque se utilizarán teorías que ya están establecidas y existen sobre las variables de estudio con la que se produjeron la propuesta de investigación. Según Sampieri, Fernández y Batista en el año 2014, afirman que la investigación aplicada busca averiguar, para hacer, actuar, construir, y cambiar, la aplicación próxima sobre la realidad problemática.

Diseño de la investigación.

La investigación fue de diseño no experimental, ya que se realizó sin manipular deliberadamente las variables. Es decir, se hicieron investigaciones en los que no se cambió la variable independiente para ver su cambio sobre otra variable. Se visualizaron fenómenos en su contexto natural, y fueron examinados, ya que no se manipularon las variables y se analizaron los fenómenos a investigar acontecidos dentro de la empresa. “La investigación ex post facto o no experimental se trata de estudios en los que no hacemos cambiar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables” (Sampieri, Fernández y Batista, 2014, p. 152).

También fue de tipo Transversal, dado que se recolectaron datos en un momento exclusivo, y así se detalló la realidad situacional y sus variables respecto al problema de no tener un buen sistema de desempeño del área logística. “El propósito del diseño de investigación transversal es especificar variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”. (Sampieri, Fernández y Batista, 2014, p. 154).

2.2. Población y muestra

Para el desarrollo de la presente investigación, tanto la población como la muestra fueron conformadas por todo el conjunto participante del sistema logístico de la Empresa OYMBrands S.A.C, desde los proveedores, hasta el cliente final.

Una vez que se ha definido cuál será la unidad de muestreo/análisis, se continúa a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre la cual se intenta universalizar los frutos. Así, una población es el conjunto de todos los sucesos que encajan con una serie de detalles. (Sampieri, Fernández y Batista, 2014, p. 174)

2.3. Variables, Operacionalización.

Variable dependiente: Gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución.

Variable independiente: Incremento de la productividad en la empresa OYMBrands S.A.C. 2019.

Tabla 3

Operacionalización de la variable dependiente

| Variable | Dimensiones | Indicadores | Fórmulas | Técnicas | Instrumentos |
|--|------------------------------|----------------------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------------------|
| Gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución | Gestión de Aprovisionamiento | Entregas perfectamente recibidas | | Análisis documentario | Guía de análisis documentario |
| | Gestión de Almacenamiento | Análisis ABC | Frecuencia de productos | Observación | Check list |
| | Gestión de Distribución | Método Guerch | $K = hm / (2 * hf)$ | Encuesta | Guía de encuesta |

Fuente: elaboración propia.

Tabla 4*Operacionalización de la variable independiente*

| Variable | Dimensiones | Indicadores | Fórmulas | Técnicas | Instrumentos |
|----------------------|--------------------|-------------------------------------|---|--------------------------|----------------------------------|
| Productividad | Mano de obra | Ventas netas/ hora mano de obra | $\frac{\text{Ventas totales}}{H - H}$ | Análisis documentario | Guía de análisis documentario |
| | | Ventas netas/Número de mano de obra | $\frac{\text{ventas totales}}{N^{\circ} \text{ de trabajadores}}$ | | |
| | | Ventas netas/ costo mano de obra | $\frac{\text{ventas totales}}{\text{costo de mano de obra}}$ | | |

Fuente: elaboración propia

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

Técnicas e instrumentos

Observación. Es preciso indicar que, en este trabajo de investigación fue de gran utilidad la técnica de observación, ya que gracias al aproximación y contacto con la empresa OYMBBrands se pudo tener la precisión en cuanto al estudio de las variables. El instrumento a utilizar fue el check list. Según Boron, (2005) Los listados de control, hojas de verificación y check list, son formatos generados para ejecutar actividades reiterativas y controlar el cumplimiento de condiciones y recoger datos ordenadamente y de manera sistemática.

Análisis Documentario. Esta técnica está basada en analizar y procesar información que brinda la empresa con la finalidad de utilizarla y colaborar con el entendimiento de las variables de estudio. El instrumento a utilizar fue la Guía de análisis documentario. En el 2009 Bisquerra manifestó que se solicita de cuadros de cálculo y formatos de análisis de datos que permitirán tener resultados cuantitativos para fines de un estudio a realizar.

Entrevista. Técnica que se aprovechó para alcanzar información mediante el diálogo mantenido en un encuentro de manera formal y planeado, entre el administrador y nosotros que estamos realizando el estudio, en el que se modificó transformándose y sistematizando la recolección de datos que arrojó la entrevista con la finalidad de conocer la opinión acerca de la calidad y las diferentes condiciones en que se desempeña el trabajo en el área de logística de la empresa. El instrumento aplicado fue la Guía de entrevista. El cual nos permite recolectar los datos e información y seleccionar las preguntas, a través de preguntas abiertas o cerradas, generen resultados con más fiabilidad. (Tamayo, 2004).

Validez y confiabilidad.

Según Hernández, Fernández y Batista, 2014 afirman que toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir dos condiciones esenciales: confiabilidad, y validez. La **validez** en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento verdaderamente mide la variable propuesta.

Según Day (2005) el criterio de expertos, la cual se refiere al grado en que aparentemente un instrumento mide la variable en cuestión, de acuerdo con “voces calificadas” accediendo extraer los datos de los expertos que están formados un grupo heterogéneo, examinando las convergencias de juicios en torno al problema que afronta la investigación.

La **confiabilidad** es el grado en que un instrumento crea resultados consistentes y coherentes mientras que la Validez es el grado en que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir. Para validar el instrumento de encuesta se utilizó la técnica de alfa de Cronbach. Alfa de Cronbach es un coeficiente que sirve para medir la fiabilidad de una escala de medida. (Day, 2005).

En referencia a esta validación, es oportuno mencionar que será validado por:

Mg. Manuel Alberto Arrascue Becerra.

Mg. José Armas Zavaleta.

Ing. Absalón Rivasplata Sánchez.

2.5. Procedimiento de análisis de datos.

El procedimiento para la recolección de la información consistió en obtener los datos necesarios para investigar un aspecto o el conjunto de aspectos del problema actual que presenta la empresa el cual será de estudio. El estudio empezó con visitas previas coordinando con el administrador de tienda de la sede de Chiclayo, estas visitas fueron efectuadas durante los turnos de trabajos para conseguir así datos más concretos, reales y precisos en cada área de la logística identificando las carencias que presenta el centro de trabajo, mediante conversaciones con los trabajadores, la observación y tomas fotográficas que serán de vital importancia, a su vez lográbamos que nos ayudaran brindándonos información que serán analizados y transformado con la ayuda de la

herramienta Excel el cual resumió todo aquello que nos sirvió para interpretar, que fue fuente principal de veracidad de nuestro trabajo de investigación.

2.6. Aspectos éticos.

Los criterios éticos considerados fueron:

Consentimiento informado. Aquí se garantiza que la información que nos brindaron los colaboradores de la empresa con el propósito de apoyar en la investigación sea acertada. Además, los participantes del estudio estamos de acuerdo con ser informantes y, a su vez, se les indico que con su consentimiento se aprovechará en tomar todos los datos e información que brindan, teniendo en cuenta que deben advertir tanto sus derechos como sus responsabilidades dentro de la participación de la investigación.

Originalidad. Toda la información y datos obtenidos están respaldados por teorías que sustentan nuestro trabajo, teniendo en cuenta que no existirá ningún indicio de plagio para así alcanzar resultados precisos y auténticos que implican resultados más concretos y en lo posible exactos.

Veracidad. La investigación realizada se basa en pruebas como documentos y fotografías, que proporciona el centro de trabajo con la aprobación de los trabajadores que dispusieron en apoyarnos en este estudio que demostraran explícitamente la honestidad de la aplicación y resultados, constatando así la veracidad y confiabilidad de los resultados obtenidos.

2.7. Criterios de Rigor Científico.

Validez. Los registros de recolección de datos que se llenaron abarcaran la gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución de la empresa para determinar el incremento de la productividad. Estos registros serán aprobados, sellados y firmados por expertos.

Confortabilidad. Refiere que bajo este criterio los resultados de la investigación garantizan la veracidad de las descripciones realizadas por las personas que realizan el estudio. El investigador tiene el compromiso ético de manifestara los responsables de los

sitios donde efectuará su trabajo y qué acciones profesionales tendrá que efectuar durante la investigación. Así deja claro el papel que desempeñará durante la interacción con los participantes del estudio.

Credibilidad. Se logra cuando la investigación realizada es reconocida como "real" o "verídica" por las personas que fueron parte en el estudio, por aquellas que han servido como informantes clave y que brindaron y ayudaron con los datos que se solicitaba en cada etapa del presente trabajo sin alterar o modificar ninguno de los resultados y respetando siempre la confidencialidad.

CAPÍTULO III:

RESULTADOS

III. RESULTADOS

3.1. Diagnóstico de la empresa

3.1.1. Información general

OYMBRANDS S.A.C. identificada con el RUC 20521204622, empresa peruana líder en importación, exportación y comercialización de las marcas: Quiksilver, Roxy, Fox, DC, The Box, Wrangler y Lee entre otras. Cuya esencia está fuertemente basada en la excelencia profesional, autenticidad, pasión por lo que se hace e integridad.

A nivel nacional está presente en Lima y provincias, entre ellas Trujillo, Arequipa, Piura y Chiclayo contando con diversas tiendas por departamento y más de 25 tiendas propias.

La empresa cuenta con más de 4000 productos en la tienda Qs Chiclayo la cual está organizada por diferentes líneas, estas líneas son identificadas con nombres en el idioma inglés es por ello que se explicará el significado de cada uno de ellos.

Accesorios = Accesorios

Apparel = Prendas de vestir

Footwear = Calzado

Wetsuit= Prendas de deporte acuático

Dentro de cada línea de cada línea cuentan con diversidad de productos con su respectiva marca las cuales se encuentran mencionadas en la parte superior del texto.

En seguida se muestra la tabla 5 especificada y detallada con su respectivo nombre y significado la cual fue explicada en el texto anterior.

Tabla 5

Líneas y productos de la empresa OYMBrands S.A.C.

| PRODUCTOS | | |
|-------------------|------------------------|--|
| Lineas | Marca | Productos |
| Accesorios | <i>Quicksilver</i> | BELT - CORREAS |
| | | HAT-GORRAS |
| | | WALLET-BILLETERA |
| | | BACKPACK-MOCHILAS |
| | | SUNGLASSES-LENTES |
| | <i>Roxy</i> | WAISTBAG-BOLSOS |
| | | BACKPACK-MOCHILAS |
| | | HANDBAG-BOLSOS |
| | | HAT-GORRAS |
| | | WALLET-BILLETERA |
| Apparel | <i>Quicksilver</i> | BOARDSHORT-SHORT DE BAÑO |
| | | FLEECE-POLERAS |
| | | T-SHIRT-POLOS |
| | | JEAN-PANTALONES |
| | | SHIRT LS - SS-CAMISA MANGA LARGA/CORTA |
| | <i>Roxy</i> | SHORT-SHORT DE TELA |
| | | DRESS-VESTIDO |
| | | SHORT |
| | | SWIMWEAR-ROPA DE BAÑO |
| | | TANK-BIBIRI |
| Footwear | <i>Quicksilver</i> | TOP-POLO CORTO |
| | | T-SHIRT-POLO |
| | <i>Roxy</i> | SHOES-ZAPATILLAS |
| | | SANDALS-SANDALIAS |
| | | SHOES-ZAPATILLAS |
| <i>DC</i> | SANDALS-SANDALIAS | |
| | SHOES - MEN-ZAPATILLAS | |
| Wetsuit | <i>Quicksilver</i> | SHOES - WOMEN-ZAPATILLAS |
| | | WETSUIT CORTO -PRENDA PARA SURFEAR |
| | | WETSUIT LARGO-PRENDA PARA SURFEAR |
| | | LYCRA LS - SS -ROPA DE BAÑO |

Fuente: elaboración propia.

Localización

La empresa OYMBrands S.A.C está ubicada en la calle Miguel de Cervantes N° 300, dentro del centro comercial Real Plaza-Chiclayo. La ubicación se muestra en la figura 8.



Misión. Comprometer a toda la organización con el cliente, brindando servicios orientados y aplicados a nuestros clientes de forma eficaz y eficiente. Con calidad profesional y calidez humana, con el fin de promover el liderazgo profesional y la fidelización de nuestros clientes.

Crear un ambiente positivo al aprendizaje continuo, la innovación y la toma de iniciativas, favoreciendo la cooperación y el trabajo en equipo. Queremos transmitir a través de nuestro estilo de atención: calidez, asesoramiento y alegría.

Visión. Ser en una empresa líder e innovadora a nivel local y regional en la comercialización de todos los productos que ofrecemos. Nuestra meta es alcanzar la satisfacción de todos nuestros clientes, con el compromiso de mejorar continuamente nuestro servicio. Asegurar la confianza y la calidad de vida de nuestros colaboradores, además de mantener los índices de crecimiento de la organización, serán el mejor soporte para alcanzar nuestros objetivos.

La empresa Qs Chiclayo cuenta con una estructura organizacional la cual se muestra en la figura 9.

Organigrama

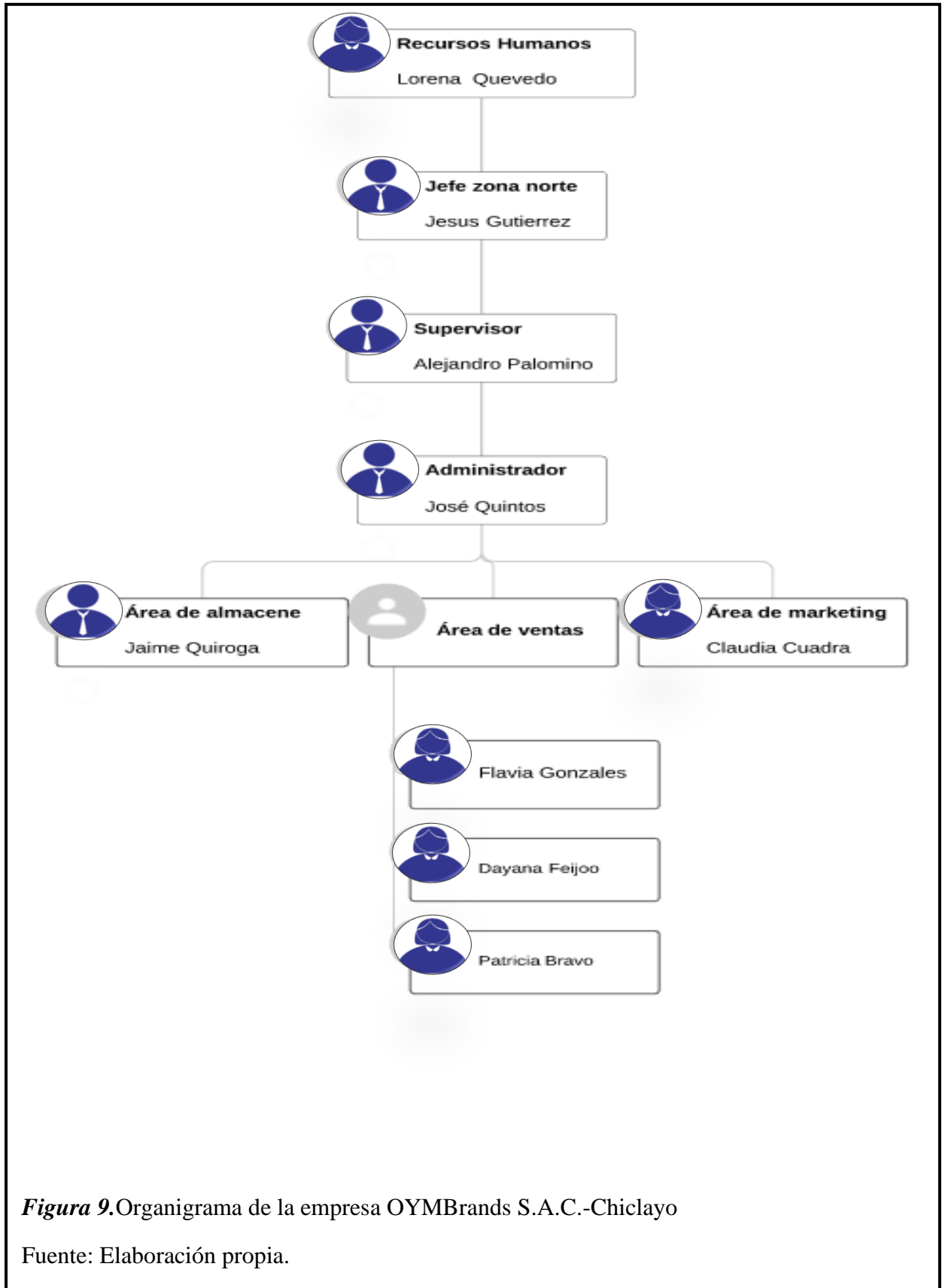


Figura 9. Organigrama de la empresa OYMBrands S.A.C.-Chiclayo

Fuente: Elaboración propia.

3.1.2. Descripción del proceso de servicio

La gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución inician cuando se hace realiza el pedido de requerimiento mediante un Excel el cual se llama “SUGERIDO” en conjunto con el número de las semanas en el que se está solicitando a la ciudad de Lima que es el principal almacén de la empresa, ahí puede destallar los productos que se tiene en stock disponibles y los que nos hace falta solicitar que nos manden las tallas faltantes (esto se realiza dependiendo a la salida de las prendas) en seguida con todos los detalles, se espera la respuesta de los supervisores y del área de despacho a tienda la cual es encargada la Srta. Cecilia Romero .

Al ser aceptado el pedido de sugeridos y establecida la fecha de llegada mediante un correo se espera la llegada de la empresa Oltursa o Cruz del Sur ente 8:00 a 9:30, horario establecido por el centro comercial para la recepción de mercadería, para ello el pedido enviado aparece un día antes en el sistema detallado de todo lo solicitado adjunto con un correo de los productos que no pudieron llegar por falta de stock en los almacenes.

Al recibir la mercadería se asegura mediante el respaldo de grabaciones al abrir cada caja que viene con cintas de seguridad así mismo se compara el peso que viene en cada caja, en su interior llega una guía con la descripción de los productos que contiene ese keeper o caja . Cada caja cuenta con código de barras el cual se pasa al sistema mediante un lector de códigos de barras (el cual será reconocido automáticamente) a continuación se comprueba que la mercadería este completa, observando y comparando los números de ítems que vienen en la guía, con los de la computadora y con el conteo manual de los productos. Así mismo se exhibe la mercadería entallando y el resto se guarda al almacén.

La mercadería con daños, o que son devueltas por defectos por el cliente (tiene 10 días para devolución) se hace un reporte semanal con todos los productos con su boleta correspondiente y es enviado a Lima, lo mismo pasa cuando solicitan mercadería por cambio de temporada o porque ya no están solicitados por los clientes o no hay tallas completas que es avalado por un documento histórico donde se comparan o se logra observar que día dejo de ser vendido aquel producto o cada cuanto tiempo se vende son enviadas a los Oulets y ser finalmente “rematada”.

A continuación, se muestra el flujograma el cual representa la descripción del servicio que brinda la empresa OYMBRANDS S.A.C.

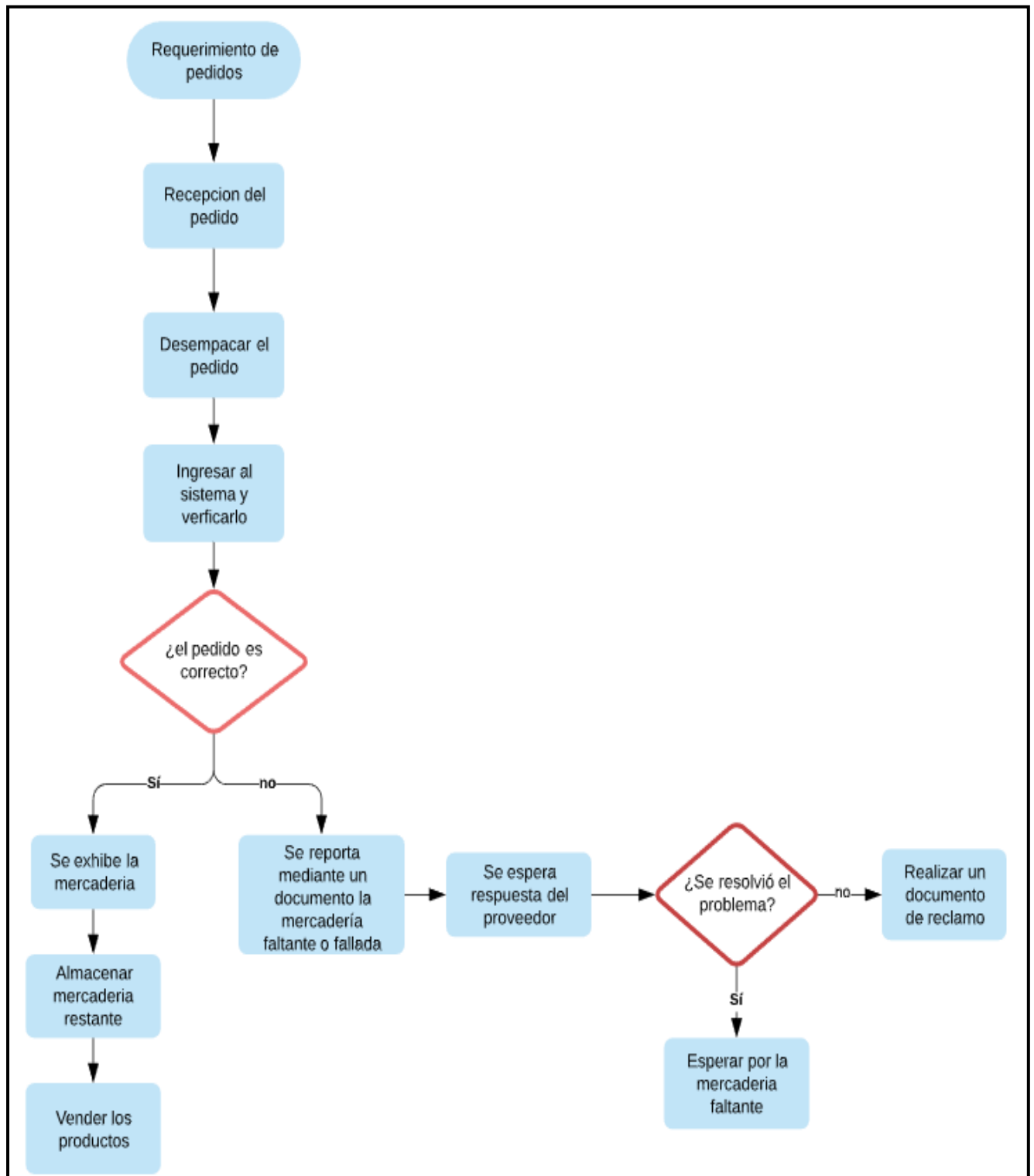


Figura 10.Flujograma del proceso de servicio de la empresa OYMBRANDS S.A.C.-Chiclayo.

Fuente: Elaboración propia.

3.1.3. Análisis de la problemática

3.1.3.1. Resultados de la aplicación de instrumentos

A. Resultados de la Observación

Objetivo: Conocer la situación actual del sistema de gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución actual de la empresa OYMBrands

Instrucciones: Marca con un aspa (X) la respuesta que cree correcta.

Donde:

- | | |
|---|-----------|
| 1 | Muy malo |
| 2 | Malo |
| 3 | Regular |
| 4 | Bueno |
| 5 | Muy bueno |

Tabla 6*Lista de chequeo de la empresa OYMBrands S.A.C.**Fecha:**Trabajador: Flavia Gonzales Alón**Cargo: Practicante*

| ITEMS | CRITERIOS A VERIFICAR | Sí | No | Observaciones |
|---------------------------------|---|-----------|-----------|----------------------------|
| <i>Aprovisionamiento</i> | | | | |
| 1 | La mercadería recepcionada es siempre adecuada a la capacidad del almacén | | x | |
| 2 | Se chequea y registra la cantidad de la mercadería para saber si es la correcta | x | | |
| 3 | Se chequea y reporta el estado del ingreso de los productos | | x | Solo cuando hay incidentes |
| 4 | Se chequea si los productos que ingresan vienen con su respectiva codificación y etiquetación | x | | |
| 5 | Los pedidos recepcionados llegan con su respectiva documentación | x | | |
| <i>Almacenamiento</i> | | | | |
| 6 | El área de almacenamiento cuenta con una correcta capacidad | | x | |
| 7 | El área de almacenamiento y de materiales están señalizadas | | x | |
| 8 | Los productos almacenados se encuentran correctamente identificados | | x | |
| 9 | Las cajas de productos están apiladas en su sitio sin invadir zonas de paso | | x | |
| 10 | Los materiales se apilan o cargan de manera segura, limpia y ordenada | | x | |
| 11 | Las cosas están ubicadas de modo que todo colaborador que vaya a necesitarlas sepa dónde va a encontrarlas y a dónde debe devolverlas | | x | |
| <i>Distribución</i> | | | | |
| 12 | Los pedidos son entregados a tiempo y completos | | x | |
| 13 | Los pedidos son entregados correctamente | x | | |
| 14 | Los pedidos son entregados a los clientes sin algún daño | | x | |
| 15 | El stock de mercadería cumple con la satisfacción del cliente | | x | |
| 16 | El cliente se encuentra satisfecho con el servicio que ofrece la tienda Qs Chiclayo | x | | |
| <i>General</i> | | | | |
| 17 | Los lugares de trabajo, sus respectivos equipos e instalaciones, se limpian periódicamente. | | x | |
| 18 | El sistema de iluminación está mantenido de forma eficiente y limpia | | x | |
| 19 | Las señales de seguridad están visibles, correctamente distribuidas | x | | |
| 20 | Los extintores están en el lugar adecuado y en perfecto estado | | x | |
| 21 | Los pisos y pasillos están sin desperdicios ni materiales innecesarios | | x | |
| 22 | Las vías de circulación del área de trabajo se pueden utilizar conforme a su uso previsto de forma fácil y con total seguridad | | x | |
| 23 | Están las vías de circulación de personas señalizadas | x | | |
| 24 | Las instalaciones eléctricas tienen el cableado y las conexiones en buen estado | | x | |
| 25 | Las áreas laborales tienen exceso de productos, documentos, cajas o cartones | x | | |
| 26 | Cada elemento en el área de trabajo tiene un lugar asignado | | x | |
| 27 | Las instalaciones, mobiliario y equipos están en un buen estado | | x | |
| 28 | Las salidas y vías de circulación previstas para la evacuación en casos de emergencia, permanecen libres de obstáculos | | x | |

Fuente: elaboración propia

Análisis: Los resultados del check list que se muestra en la tabla 16. El cual fue aplicado en la empresa OYMBrands en las diferentes etapas de la gestión logística , donde se logró identificar problemas de aprovisionamiento como uno de ellos es que la mercadería recepcionada no es siempre adecuada a la capacidad del almacén y no muchas veces vienen con un mal etiquetado por consiguiente en el almacenamiento los productos no se encuentran ubicadas de modo que todo colaborador que vaya a necesitarlas sepa dónde va a encontrarlas y a dónde debe devolverlas y sin ser menos importante en la distribución muchas veces el stock de mercadería no cumple con la satisfacción del cliente.

B. Resultados de la encuesta

Para recolectar información se decidió aplicar una encuesta basada en la gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución de la empresa OYMBRANDS

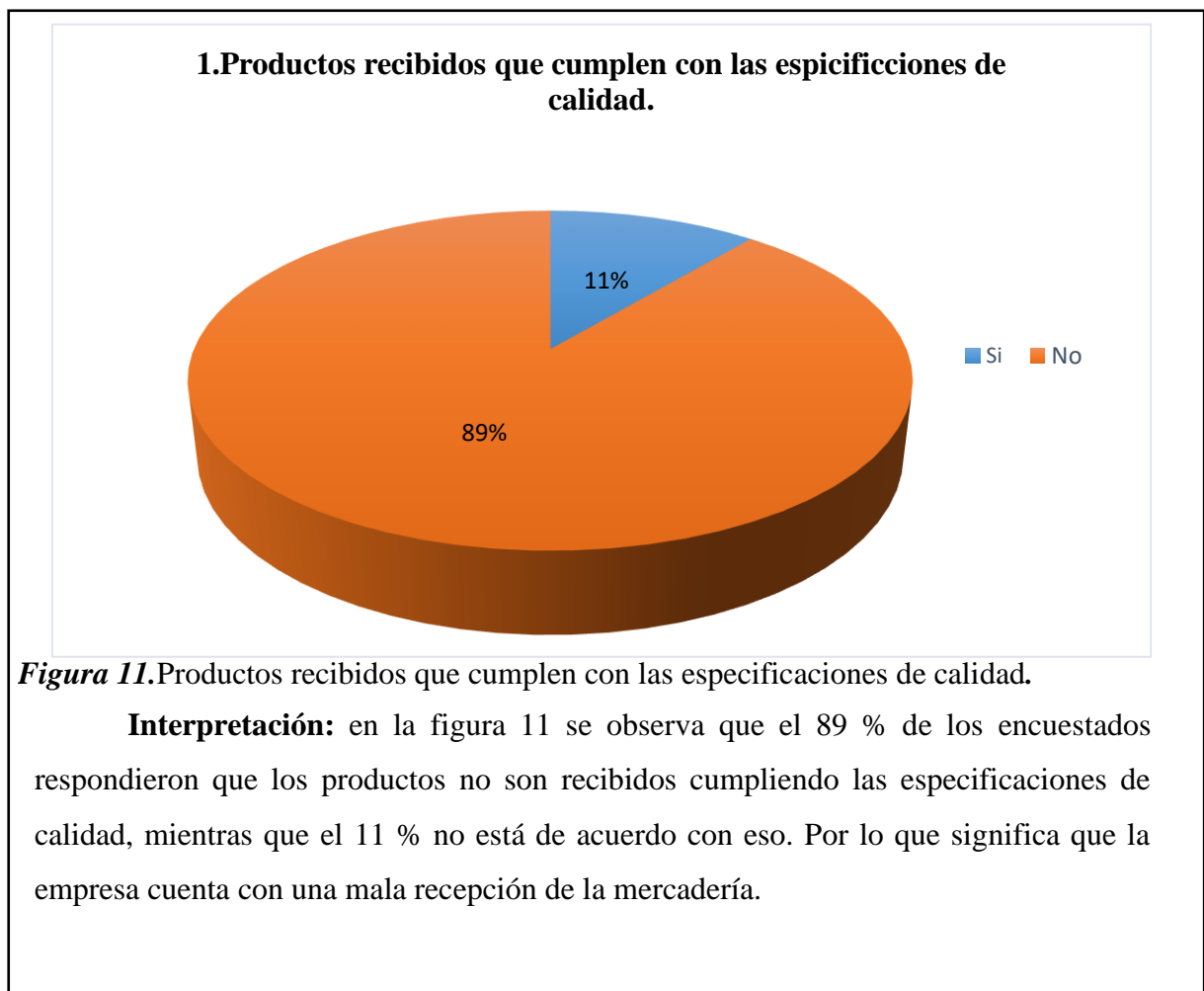


Figura 11. Productos recibidos que cumplen con las especificaciones de calidad.

Interpretación: en la figura 11 se observa que el 89 % de los encuestados respondieron que los productos no son recibidos cumpliendo las especificaciones de calidad, mientras que el 11 % no está de acuerdo con eso. Por lo que significa que la empresa cuenta con una mala recepción de la mercadería.

Tabla 7

Productos correctamente identificados

| Aprovisionamiento | | | | |
|--------------------------|-------|---------|---------|-------|
| Alternativas | Nunca | A veces | Siempre | Total |
| Respuestas | 0 | 7 | 2 | 9 |
| Porcentaje | 9% | 78% | 22% | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Interpretación: la tabla 7 muestra que el 22% de los encuestados afirma que siempre los productos se encuentran correctamente identificados y el 78 % dice que el solo a veces el producto está bien identificado, lo cual genera desorden al momento de recibir y recepcionar la mercadería.

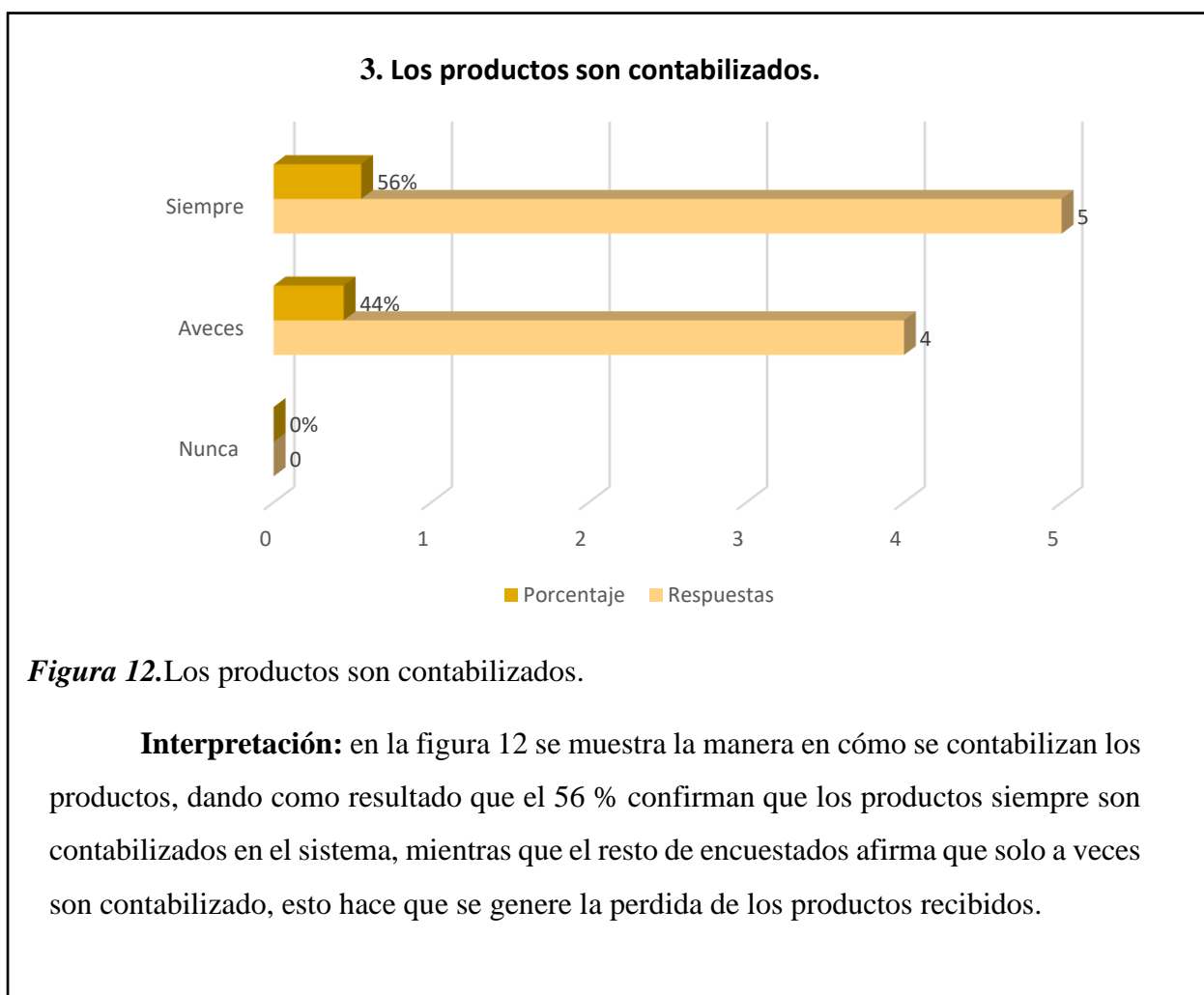


Figura 12. Los productos son contabilizados.

Interpretación: en la figura 12 se muestra la manera en cómo se contabilizan los productos, dando como resultado que el 56 % confirman que los productos siempre son contabilizados en el sistema, mientras que el resto de encuestados afirma que solo a veces son contabilizado, esto hace que se genere la perdida de los productos recibidos.

Tabla 8

Problemas frecuentes con los pedidos

| Aprovisionamiento | | | | | |
|--------------------------|----------|----------------------------------|------------------------------------|----------------------------------|-------|
| Alternativas | Retrasos | Entrega de productos incorrectos | Entrega de productos en mal estado | Entrega de productos incompletos | Total |
| Respuestas | 1 | 4 | 3 | 1 | 9 |
| Porcentaje | 11% | 44% | 33% | 11% | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Interpretación: La tabla 8 muestra cuales son los problemas más frecuentes con los pedidos, se obtuvo que el 44% de los encuestados afirmo que los productos son entregados de manera incorrecta y mientras que el 33% no piensan lo mismo asegurando que los problemas más frecuentes son productos en mal estado.

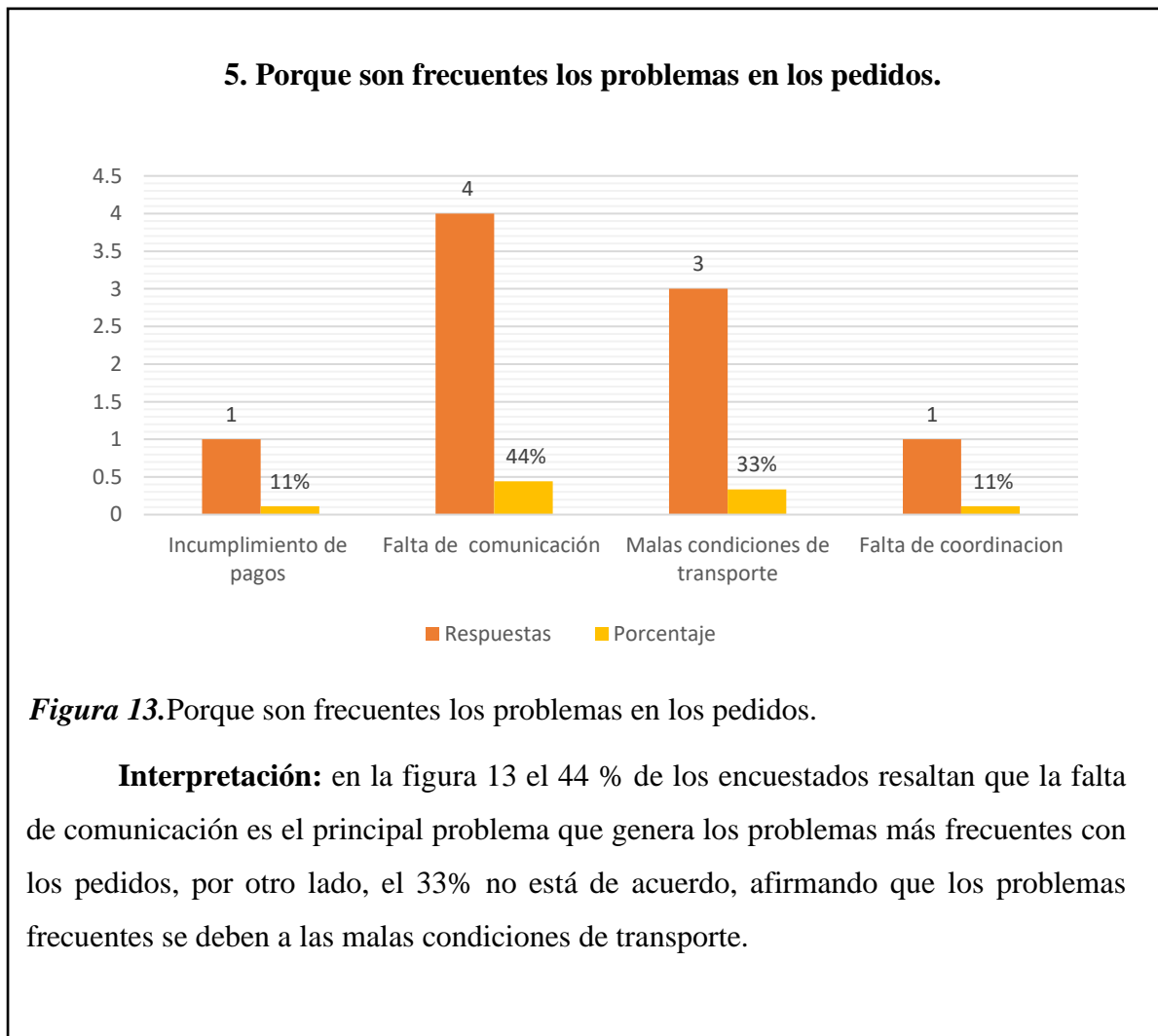


Figura 13. Porque son frecuentes los problemas en los pedidos.

Interpretación: en la figura 13 el 44 % de los encuestados resaltan que la falta de comunicación es el principal problema que genera los problemas más frecuentes con los pedidos, por otro lado, el 33% no está de acuerdo, afirmando que los problemas frecuentes se deben a las malas condiciones de transporte.

Tabla 9

Control de documentos

| Aprovisionamiento | | | | |
|--------------------------|-------|--------|---------|-------|
| Alternativas | Nunca | Aveces | Siempre | Total |
| Respuestas | 2 | 5 | 2 | 9 |
| Porcentaje | 22% | 56% | 22% | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Interpretación: la tabla 9 manifiesta que el 56% de las personas encuestadas sostienen que solo a veces se controlan correctamente los documentos, generando problemas en la empresa, como la pérdida del producto

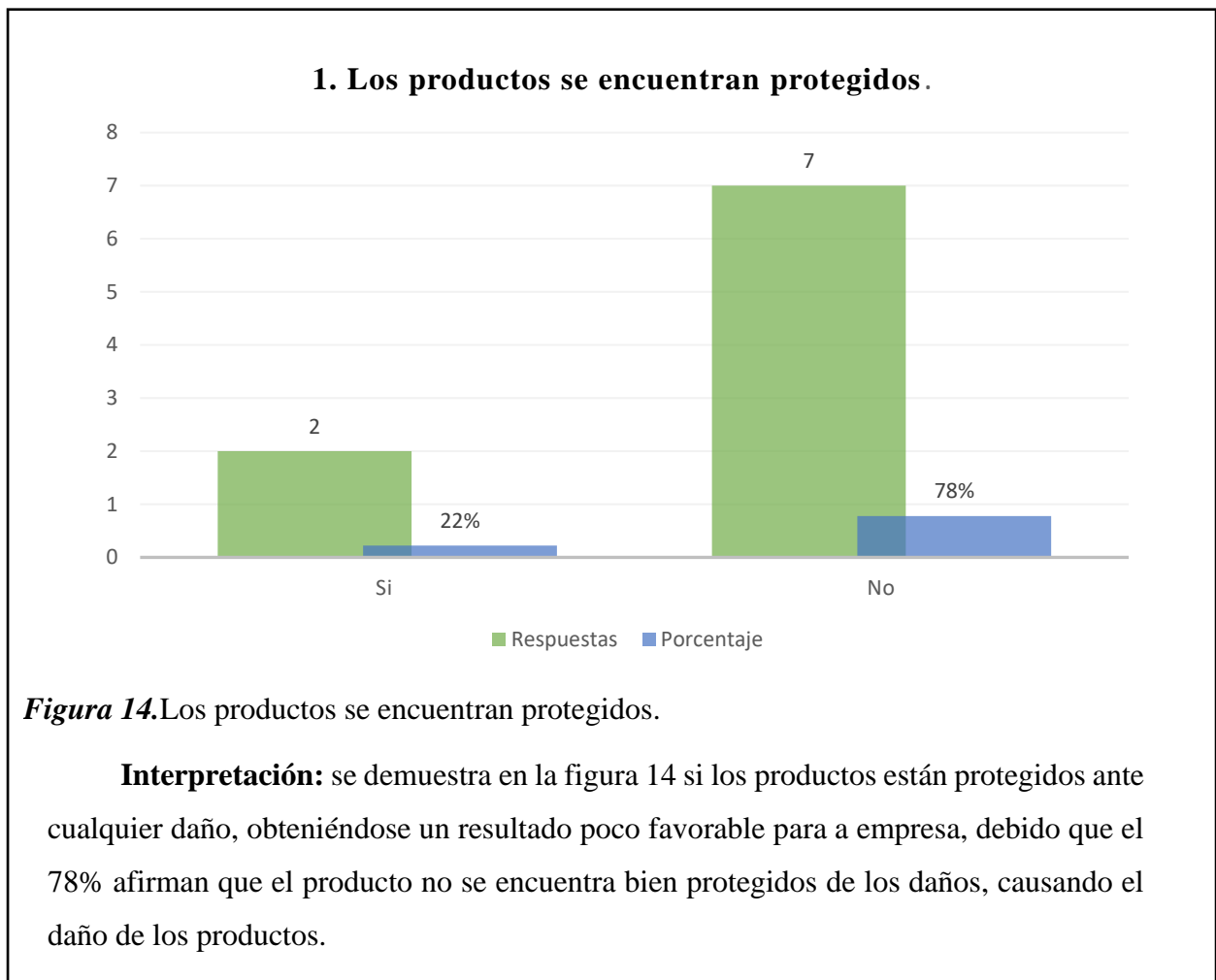


Figura 14. Los productos se encuentran protegidos.

Interpretación: se demuestra en la figura 14 si los productos están protegidos ante cualquier daño, obteniéndose un resultado poco favorable para a empresa, debido que el 78% afirman que el producto no se encuentra bien protegidos de los daños, causando el daño de los productos.

Tabla 10

Los productos se encuentran protegidos del agua y el sol

| Almacenamiento | | | |
|----------------|----|------|-------|
| Alternativas | Si | No | Total |
| Respuestas | 0 | 9 | 9 |
| Porcentaje | 0% | 100% | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Interpretación: la tabla 10 muestra que el 100% de los encuestados confirman que los productos no se encuentran protegidos del sol y agua, por lo que se decolórese muchas prendas de vestir y a su vez generando perdida de ventas de dichos productos.

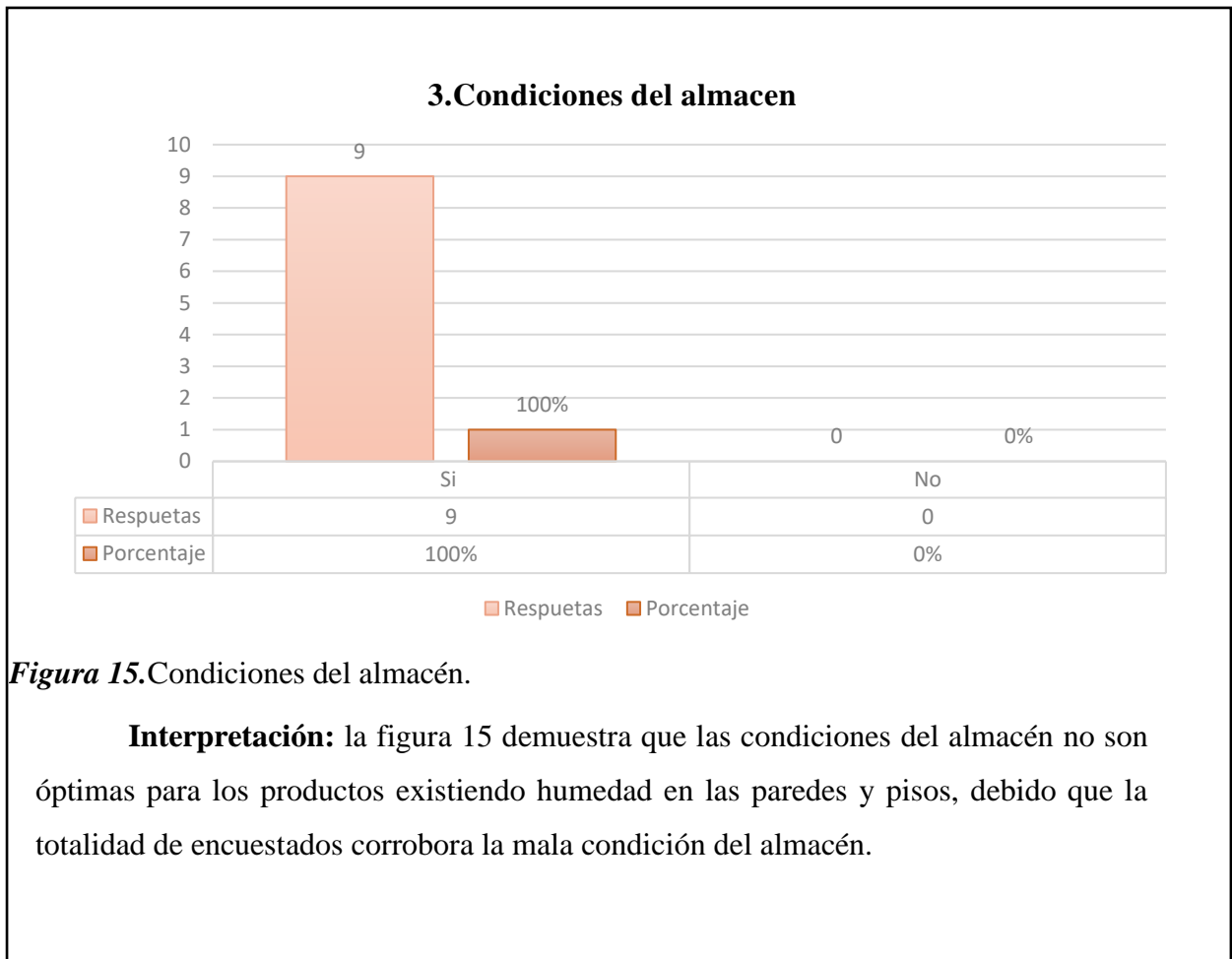


Figura 15. Condiciones del almacén.

Interpretación: la figura 15 demuestra que las condiciones del almacén no son óptimas para los productos existiendo humedad en las paredes y pisos, debido que la totalidad de encuestados corrobora la mala condición del almacén.

Tabla 11

Condiciones de la ventilación del almacén

| Almacenamiento | | | |
|-----------------------|----|------|-------|
| Alternativas | Si | No | Total |
| Respuestas | 0 | 9 | 9 |
| Porcentaje | 0% | 100% | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Interpretación: la tabla 11 da a conocer si la ventilación del almacén es adecuada para los productos, demostrando que el 100% de los encuestados afirma que el almacén tiene mala ventilación generando el deterioro de las prendas.

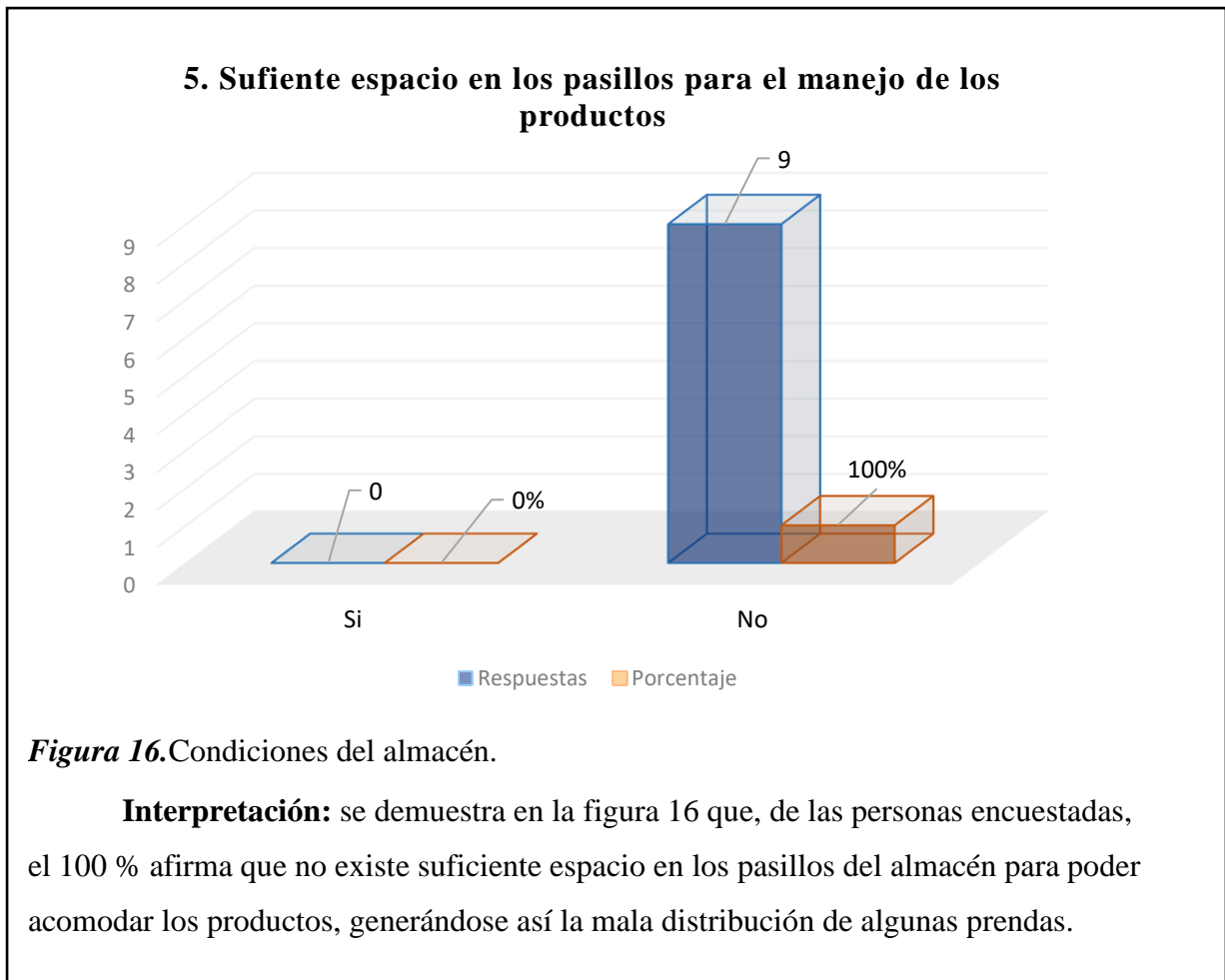


Figura 16. Condiciones del almacén.

Interpretación: se demuestra en la figura 16 que, de las personas encuestadas, el 100 % afirma que no existe suficiente espacio en los pasillos del almacén para poder acomodar los productos, generándose así la mala distribución de algunas prendas.

Tabla 12

Distribución de los productos almacenados

| Almacenamiento | | | |
|-----------------------|----|------|-------|
| Alternativas | Si | No | Total |
| Respuestas | 0 | 9 | 9 |
| Porcentaje | 0% | 100% | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Interpretación: la tabla 12 demuestra de qué manera los productos están distribuidos en el almacén, teniendo como resultado que la totalidad de encuestados asegura que la manera en cómo están distribuidos los productos no es accesible para su rápida ubicación.

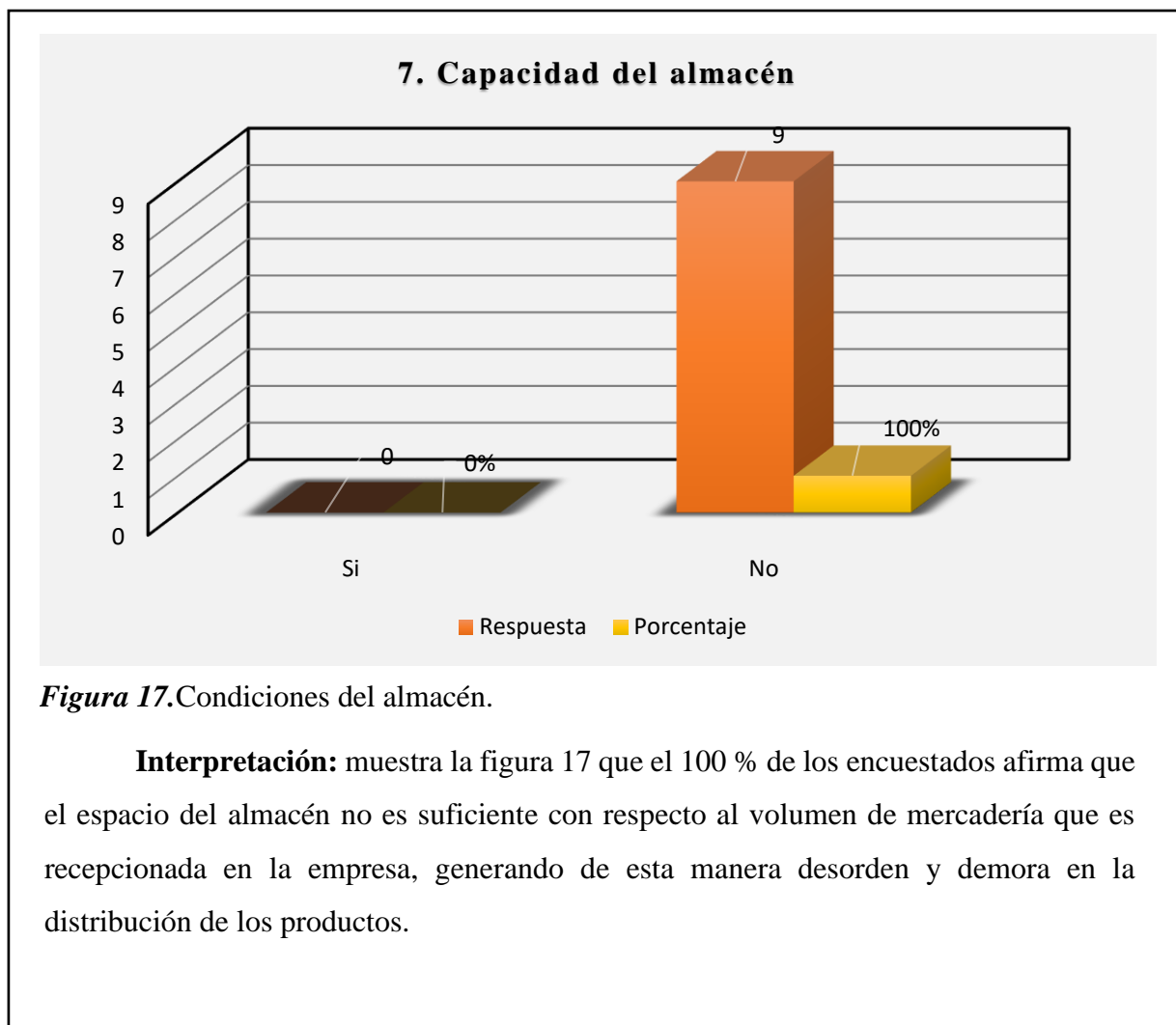


Tabla 13

Verificación y registro de productos despachados

| Despacho | | | |
|-----------------|------|----|-------|
| Alternativas | Si | No | Total |
| Respuestas | 9 | 0 | 9 |
| Porcentaje | 100% | 0% | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Interpretación: en la tabla 13 la totalidad de encuestados dice que los productos despachados son correctamente verificados y registrados, para que no se genere ningún problema al momento de hacer la entrega al cliente.

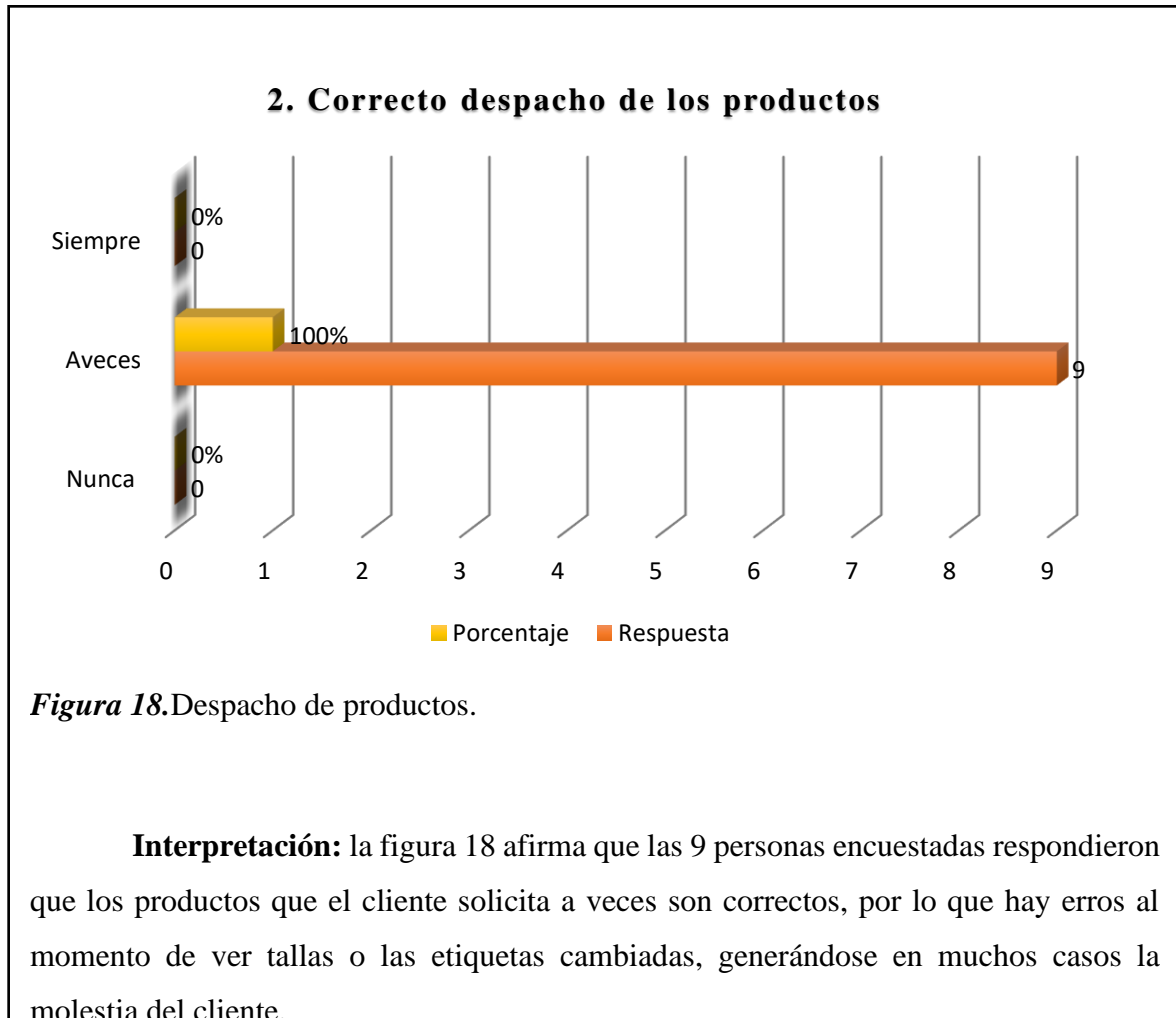


Tabla 14

Capacitación al personal

| Despacho | | | | |
|-----------------|-------|---------|---------|-------|
| Alternativas | Nunca | A veces | Siempre | Total |
| Respuestas | 0 | 6 | 3 | 9 |
| Porcentaje | 0% | 67% | 33% | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Interpretación: la tabla 14 muestra que 6 de la totalidad de encuestados que equivale al 67% afirman que las capacitaciones brindadas por la empresa son realizadas a veces, mientras que el resto de los entrevistados no está de acuerdo con esto y respondieron que siempre se realizan capacitaciones.

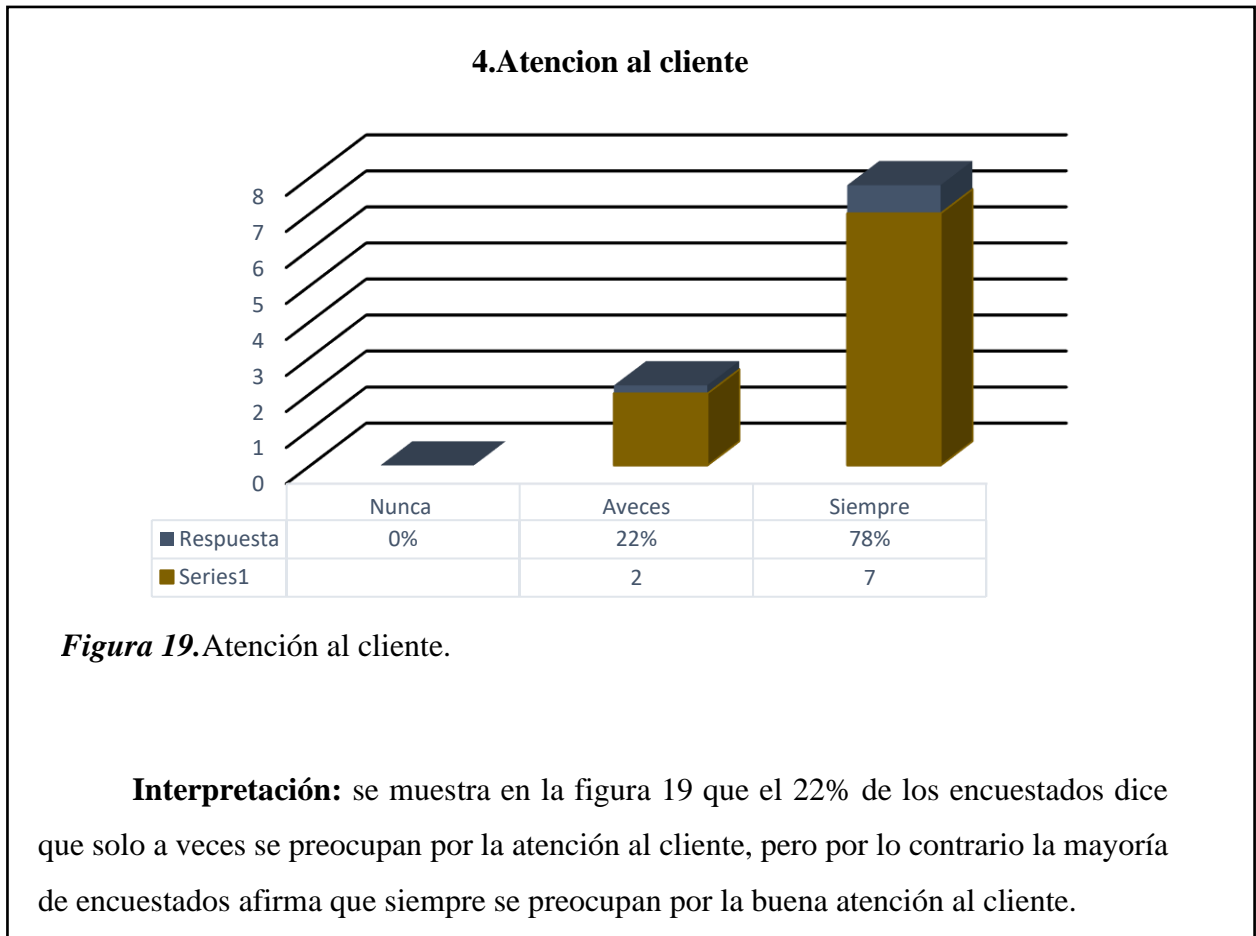


Tabla 15

Cumplimiento de horarios del personal

| Alternativas | Despacho | | | | | Total |
|--------------|--------------------------|---------------|--------------------------------|------------|-----------------------|-------|
| | Totalmente en desacuerdo | En desacuerdo | Ni de acuerdo ni en desacuerdo | De acuerdo | Totalmente de acuerdo | |
| Respuestas | 0 | 0 | 0 | 3 | 6 | 9 |
| Porcentaje | 0% | 0% | 0% | 33% | 67% | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Interpretación: La tabla 15 dice que 6 de los encuestados afirma que los colaboradores están totalmente de acuerdo al cumplir con su horario establecido, por otro lado 3 de los encuestados dice que solo se encuentran de acuerdo con el cumplimiento de su horario.

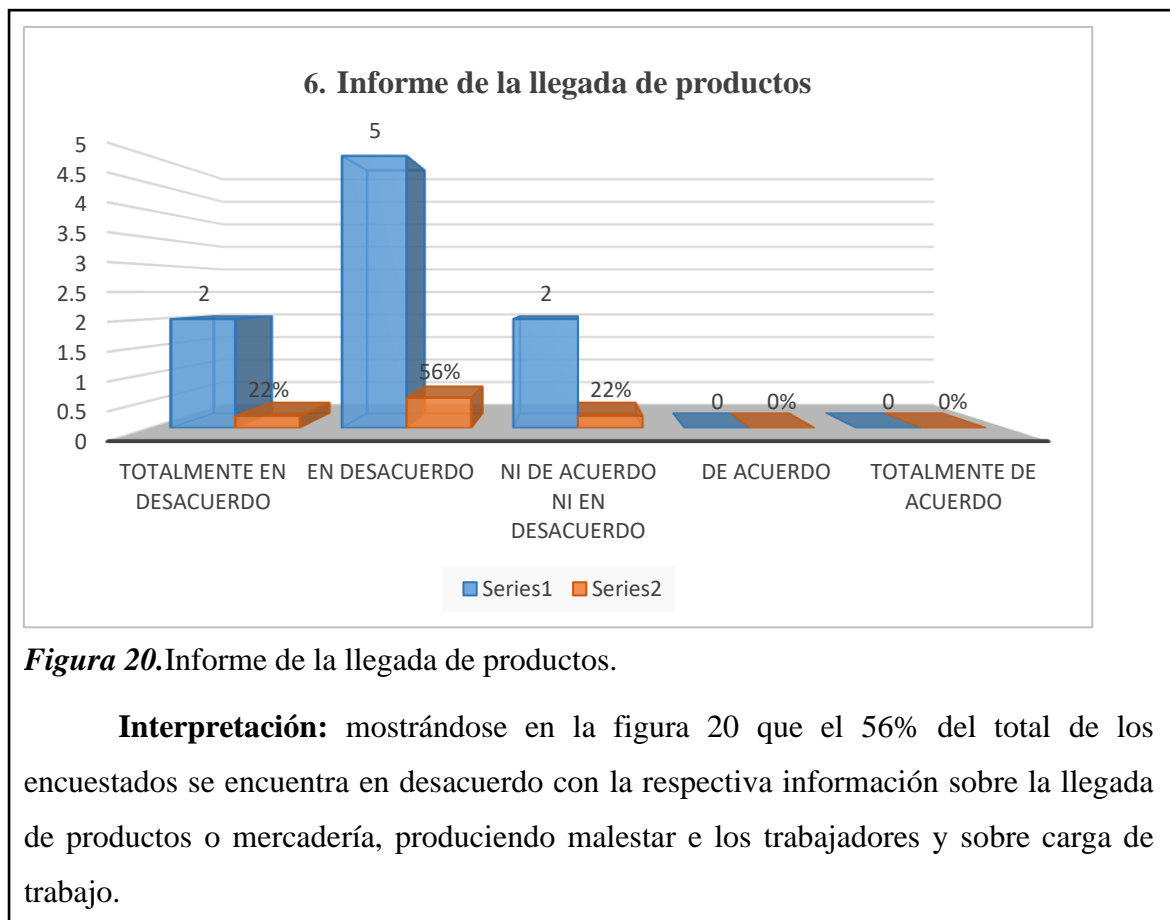


Figura 20. Informe de la llegada de productos.

Interpretación: mostrándose en la figura 20 que el 56% del total de los encuestados se encuentra en desacuerdo con la respectiva información sobre la llegada de productos o mercadería, produciendo malestar e los trabajadores y sobre carga de trabajo.

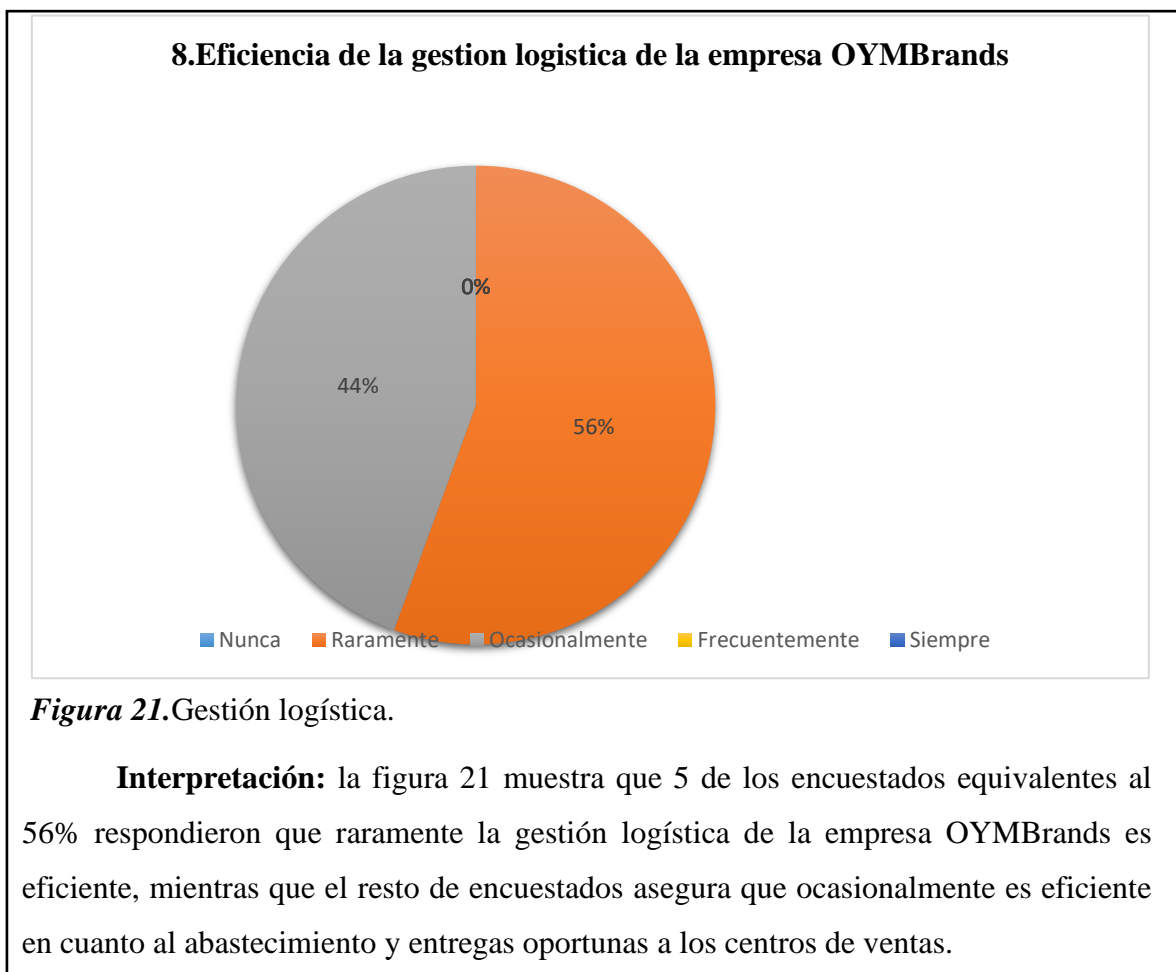
Tabla 16

Resolver problemas rápidamente

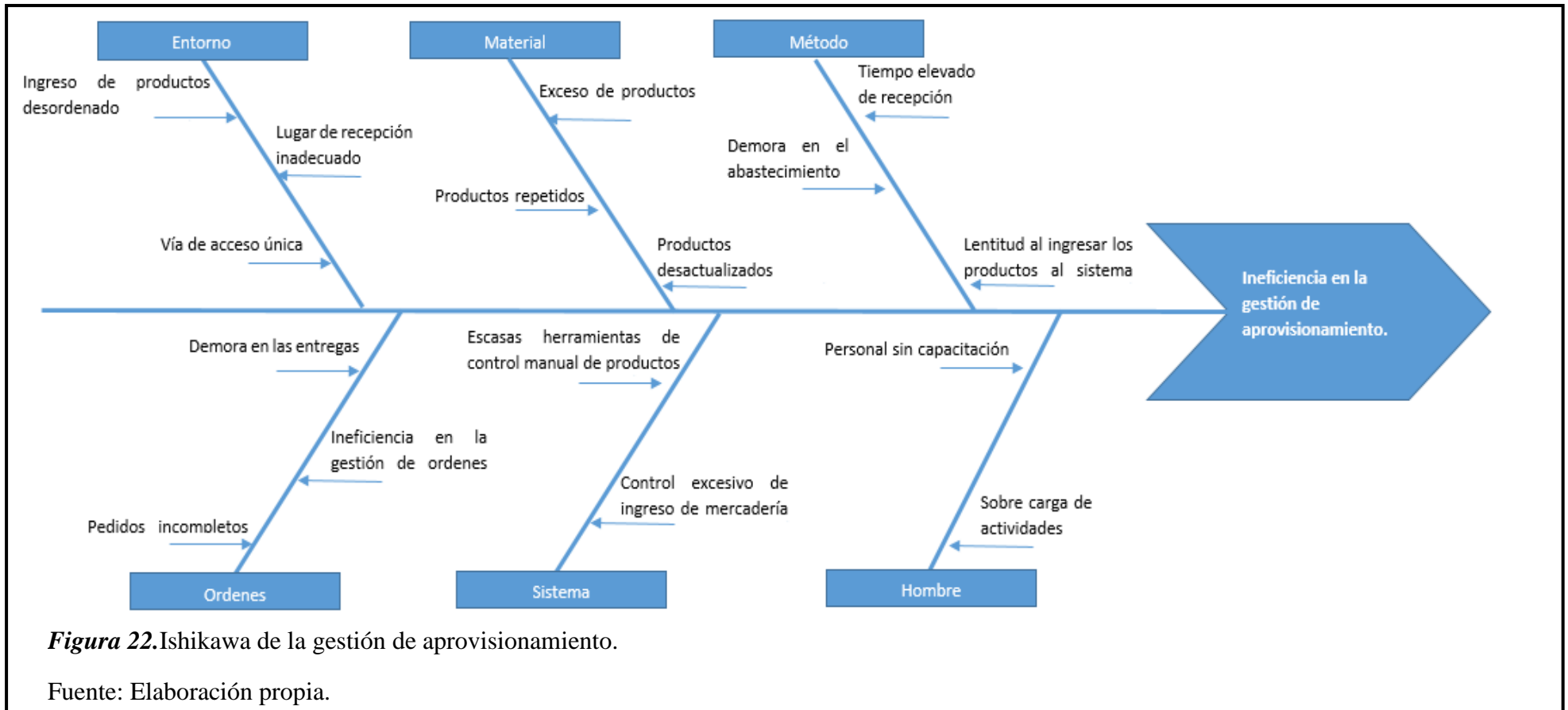
| Despacho | | | | | | |
|-----------------|-------|-----------|----------------|----------------|---------|-------|
| Alternativas | Nunca | Raramente | Ocasionalmente | Frecuentemente | Siempre | Total |
| Respuestas | 0 | 0 | 1 | 7 | 1 | 9 |
| Porcentaje | 0% | 0% | 11% | 78% | 11% | 100% |

Fuente: Encuesta aplicada

Interpretación: en la tabla 16, el 78 % de los encuestados dicen que frecuentemente los problemas que se suscitan son resueltos rápidamente, mientras que el 11% equivalente a 1 encuestado sostiene que solo ocasionalmente son resueltos con rapidez y el encuestado restante afirma que los problemas siempre se resuelven rápidamente.



3.1.3.2. Herramienta de diagnóstico



Comentario. En el área de aprovisionamiento se identificaron los siguientes problemas los cuales fueron analizados y clasificados para ser estudio de nuestra investigación con el respaldo y la ayuda de la herramienta de diagnóstico Ishikawa.

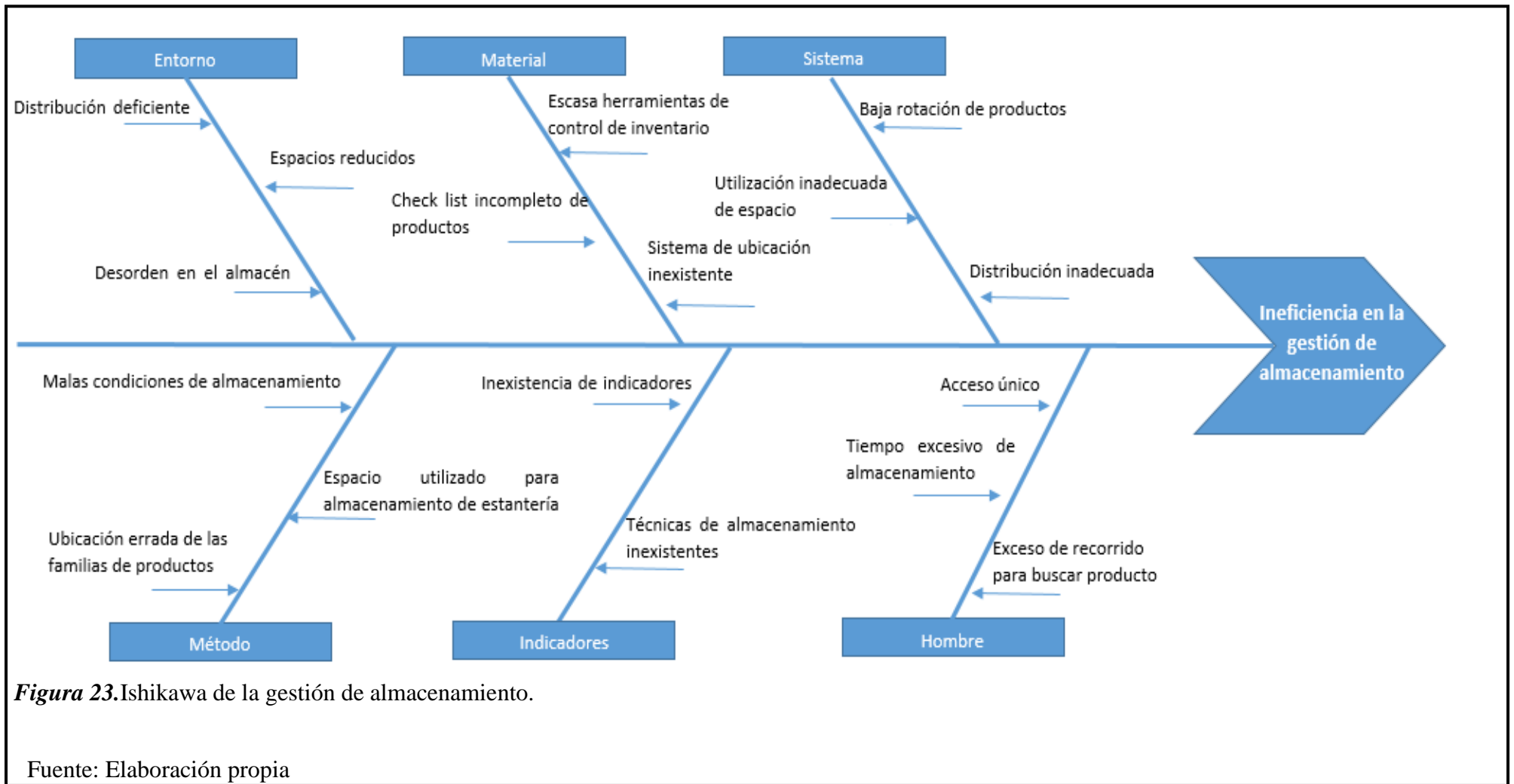
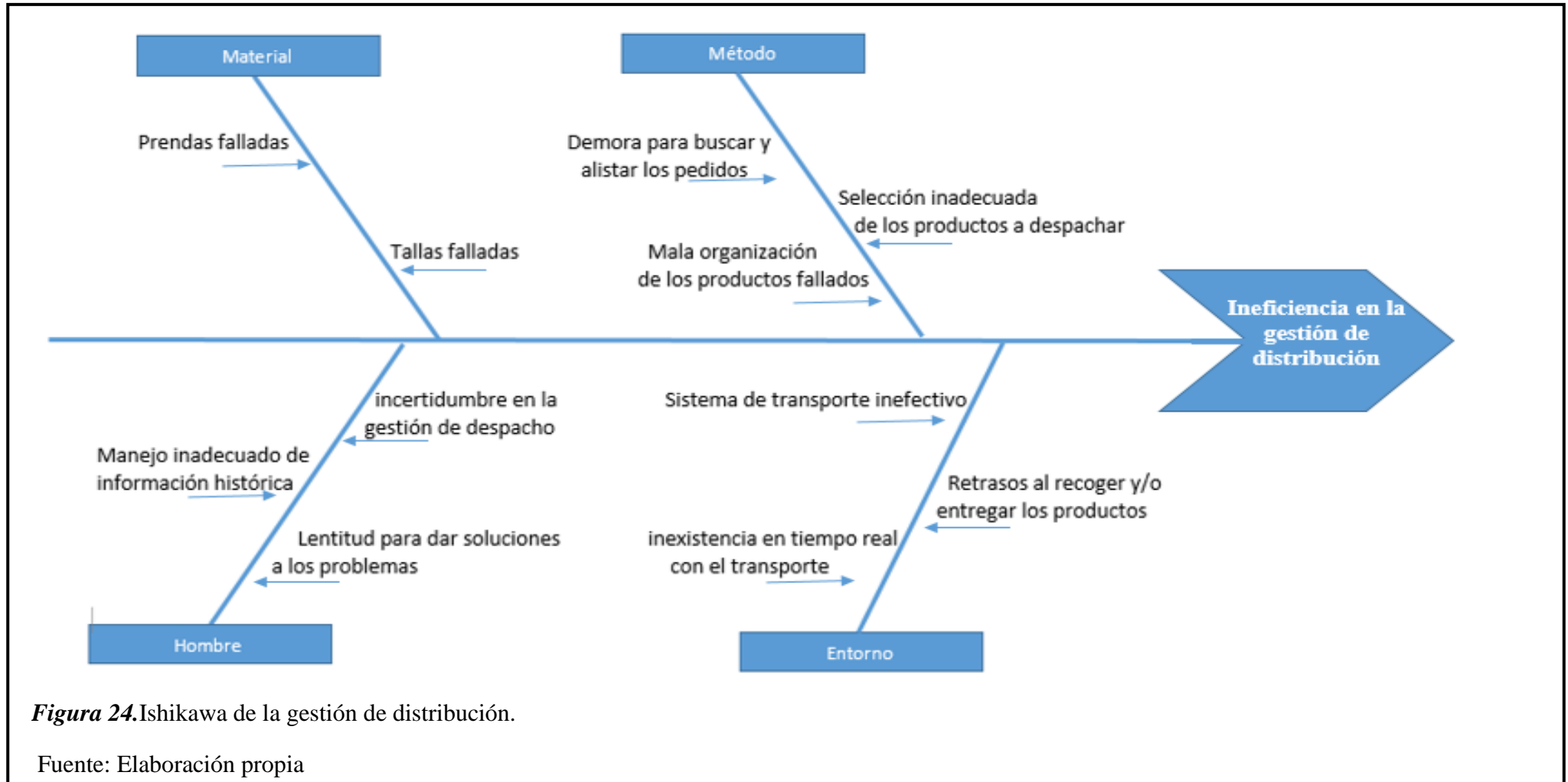


Figura 23. Ishikawa de la gestión de almacenamiento.

Comentario. En el área de almacenamiento se identificaron los siguientes problemas los cuales fueron analizados y clasificados para ser estudio de nuestra investigación con el respaldo y la ayuda de la herramienta de diagnóstico Ishikawa.



Comentario. En el área de distribución se identificaron los siguientes problemas los cuales fueron analizados y clasificados para ser estudio de nuestra investigación con el respaldo y la ayuda de la herramienta de diagnóstico Ishikawa.

3.1.4. Situación actual de la variable dependiente

En la empresa OYMBrands el año comercial empieza desde el mes de Marzo hasta Febrero, la cual cuenta con más de 4000 prendas, para poder saber la situación actual de la variable dependiente se tuvo que analizar la información y organizarla.

En la tabla 17 muestra el promedio anual de ventas del año comercial 2018. Si bien es cierto la empresa cuenta con más productos estos fueron seleccionados por su mayor venta de acuerdo a lo que se logró observar.

Tabla 17

Promedio de ventas de productos del año comercial 2018

| <i>PRODUCTOS</i> | | mar-18 | abr-18 | may-18 | jun-18 | jul-18 | ago-18 | sep-18 | oct-18 | nov-18 | dic-18 | ene-19 | feb-19 | <i>Promedio anual</i> | |
|-------------------|-------------------|-----------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-----------------------|-----|
| Líneas | Marca | <i>Producto</i> | | | | | | | | | | | | | |
| Accesorios | <i>Quiksilver</i> | BELT | 7 | 8 | 5 | 9 | 3 | 20 | 5 | 8 | 3 | 19 | 8 | 8 | 9 |
| | | HAT | 35 | 28 | 17 | 22 | 28 | 26 | 25 | 32 | 33 | 77 | 46 | 76 | 37 |
| | | WALLET | 5 | 8 | 6 | 1 | 10 | 15 | 9 | 7 | 11 | 25 | 14 | 11 | 10 |
| | | BACKPACK | 44 | 12 | 7 | 1 | 3 | 16 | 7 | 10 | 9 | 11 | 11 | 26 | 13 |
| | | SUNGLASSES | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 2 | 1 |
| | <i>Roxy</i> | WAISTBAG | 4 | 3 | 7 | 6 | 3 | 0 | 3 | 7 | 10 | 27 | 0 | 12 | 7 |
| | | BACKPACK | 27 | 9 | 3 | 0 | 5 | 19 | 5 | 2 | 5 | 6 | 4 | 57 | 12 |
| | | HANDBAG | 6 | 6 | 5 | 1 | 3 | 4 | 0 | 0 | 7 | 4 | 4 | 2 | 4 |
| | | HAT | 4 | 6 | 7 | 5 | 17 | 11 | 7 | 7 | 11 | 40 | 29 | 26 | 14 |
| | | WALLET | 5 | 0 | 2 | 0 | 3 | 0 | 1 | 2 | 0 | 4 | 0 | 0 | 1 |
| Apparel | <i>Quiksilver</i> | BOARDSHORT | 50 | 17 | 15 | 2 | 8 | 15 | 13 | 20 | 16 | 80 | 68 | 79 | 32 |
| | | FLEECE | 6 | 15 | 38 | 25 | 70 | 35 | 28 | 15 | 1 | 1 | 0 | 0 | 20 |
| | | T-SHIRT | 180 | 146 | 115 | 149 | 216 | 240 | 256 | 250 | 345 | 1194 | 430 | 394 | 326 |
| | | JEAN | 1 | 3 | 2 | 13 | 34 | 22 | 22 | 26 | 38 | 55 | 22 | 25 | 22 |

| | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------|-------------------|---------------|-----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|----|
| | | SHIRT LS - SS | 40 | 12 | 9 | 6 | 18 | 23 | 36 | 15 | 20 | 70 | 13 | 15 | 23 |
| | | SHORT | 48 | 15 | 5 | 4 | 12 | 19 | 15 | 13 | 20 | 123 | 54 | 37 | 30 |
| | | DRESS | 1 | 0 | 1 | 0 | 3 | 0 | 0 | 7 | 21 | 43 | 20 | 10 | 9 |
| | | SHORT | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 10 | 5 | 2 | 1 |
| | <i>Roxy</i> | SWIMWEAR | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 13 | 19 | 63 | 19 | 71 | 16 |
| | | TANK | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 15 | 6 | 11 | 3 |
| | | TOP | 1 | 2 | 1 | 0 | 4 | 0 | 0 | 1 | 1 | 15 | 4 | 2 | 3 |
| | | T-SHIRT | 7 | 15 | 8 | 15 | 17 | 19 | 23 | 13 | 19 | 60 | 15 | 29 | 20 |
| | <i>Quiksilver</i> | SHOES | 0 | 3 | 3 | 1 | 2 | 7 | 3 | 0 | 0 | 3 | 0 | 0 | 2 |
| | | SANDALS | 186 | 49 | 30 | 23 | 48 | 31 | 39 | 48 | 53 | 337 | 135 | 151 | 94 |
| <i>Footwear</i> | <i>Roxy</i> | SHOES | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 4 | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 | 1 |
| | | SANDALS | 151 | 72 | 23 | 9 | 32 | 17 | 19 | 23 | 52 | 201 | 124 | 105 | 69 |
| | <i>DC</i> | SHOES - MEN | 87 | 30 | 51 | 27 | 64 | 32 | 38 | 54 | 55 | 163 | 41 | 57 | 58 |
| | | SHOES - WOMEN | 9 | 5 | 7 | 5 | 15 | 1 | 6 | 7 | 6 | 13 | 4 | 0 | 7 |
| | | WETSUIT CORTO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 |
| <i>Wetsuit</i> | <i>Quiksilver</i> | WETSUIT LARGO | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 |
| | | LYCRA LS - SS | 7 | 1 | 0 | 0 | 3 | 0 | 6 | 11 | 8 | 69 | 34 | 25 | 14 |

Fuente: elaboración propia

Análisis. De la información brindada por el centro de trabajo se analizó y organizó los datos por cada línea y prenda, en cada una de ellas se detalló la venta de los productos en cantidad y se halló el promedio anual sumando la cantidad de prendas vendidas por cada mes y estas fueron divididas por el número de meses en este caso 12 meses.

A demás la tabla 18 fue ordenada, logrando hallar la prenda con mayor participación en la empresa.

Tabla 18

Participación de las prendas más vendidas

| Líneas | Marca | Productos | Frecuencia de ventas | Precio de venta U. | Ventas totales | % | Acumulado | %Acumulado |
|--------|-------|---------------|----------------------|--------------------|----------------|-----|----------------|------------|
| APP | Qs | T-SHIRT | 326 | S/127.00 | S/41,402.00 | 36% | S/. 41,402.00 | 36.32% |
| FTW | Qs | SANDALS | 94 | S/144.00 | S/13,536.00 | 12% | S/. 54,938.00 | 48.19% |
| FTW | Rx | SANDALS | 69 | S/144.00 | S/9,936.00 | 9% | S/. 64,874.00 | 56.91% |
| FTW | DC | SHOES - MEN | 58 | S/144.00 | S/8,352.00 | 7% | S/. 73,226.00 | 64.24% |
| ACC | Qs | HAT | 37 | S/128.00 | S/4,736.00 | 4% | S/. 77,962.00 | 68.39% |
| APP | Qs | BOARDSHORT | 32 | S/127.00 | S/4,064.00 | 4% | S/. 82,026.00 | 71.95% |
| APP | Qs | SHORT | 30 | S/127.00 | S/3,810.00 | 3% | S/. 85,836.00 | 75.30% |
| APP | Qs | SHIRT LS - SS | 23 | S/127.00 | S/2,921.00 | 3% | S/. 88,757.00 | 77.86% |
| APP | Qs | JEAN | 22 | S/127.00 | S/2,794.00 | 2% | S/. 91,551.00 | 80.31% |
| WS | Qs | LYCRA LS - SS | 14 | S/198.00 | S/2,772.00 | 2% | S/. 94,323.00 | 82.74% |
| APP | Rx | T-SHIRT | 20 | S/127.00 | S/2,540.00 | 2% | S/. 96,863.00 | 84.97% |
| APP | Qs | FIEECE | 20 | S/127.00 | S/2,540.00 | 2% | S/. 99,403.00 | 87.20% |
| APP | Rx | SWIMWEAR | 16 | S/127.00 | S/2,032.00 | 2% | S/. 101,435.00 | 88.98% |
| ACC | Rx | HAT | 14 | S/128.00 | S/1,792.00 | 2% | S/. 103,227.00 | 90.55% |
| ACC | Qs | BACKPACK | 13 | S/128.00 | S/1,664.00 | 1% | S/. 104,891.00 | 92.01% |
| ACC | Rx | BACKPACK | 12 | S/128.00 | S/1,536.00 | 1% | S/. 106,427.00 | 93.36% |
| ACC | Qs | WALLET | 10 | S/128.00 | S/1,280.00 | 1% | S/. 107,707.00 | 94.48% |
| ACC | Qs | BELT | 9 | S/128.00 | S/1,152.00 | 1% | S/. 108,859.00 | 95.49% |
| APP | Rx | DRESS | 9 | S/127.00 | S/1,143.00 | 1% | S/. 110,002.00 | 96.50% |
| FTW | DC | SHOES - WOMEN | 7 | S/144.00 | S/1,008.00 | 1% | S/. 111,010.00 | 97.38% |
| ACC | Qs | WAISTBAG | 7 | S/128.00 | S/896.00 | 1% | S/. 111,906.00 | 98.17% |
| ACC | Rx | HANDBAG | 4 | S/128.00 | S/512.00 | 0% | S/. 112,418.00 | 98.61% |
| APP | Rx | TOP | 3 | S/128.00 | S/384.00 | 0% | S/. 112,802.00 | 98.95% |
| APP | Rx | TANK | 3 | S/127.00 | S/381.00 | 0% | S/. 113,183.00 | 99.29% |

Continuación de la tabla 18

| | | | | | | | | |
|------------|----|---------------|-----|----------|----------|----|--------------|---------|
| FTW | Qs | SHOES | 2 | S/144.00 | S/288.00 | 0% | S/113,471.00 | 99.54% |
| FTW | Rx | SHOES | 1 | S/144.00 | S/144.00 | 0% | S/113,615.00 | 99.66% |
| ACC | Rx | WALLET | 1 | S/128.00 | S/128.00 | 0% | S/113,743.00 | 99.78% |
| APP | Rx | SHORT | 1 | S/127.00 | S/127.00 | 0% | S/113,870.00 | 99.89% |
| ACC | Qs | SUNGLASSES | 1 | S/127.00 | S/127.00 | 0% | S/113,997.00 | 100.00% |
| WS | Qs | WETSUIT CORTO | 0 | S/198.00 | S/ - | 0% | S/113,997.00 | 100.00% |
| WS | Qs | WETSUIT LARGO | 0 | S/198.00 | S/ - | 0% | S/113,997.00 | 100.00% |
| Total | | | 858 | | | | S/113,997.00 | 100% |

Fuente: elaboración propia

Análisis. La tabla muestra la prenda con mayor participación de ventas del año comercial 2018 esta fue hallada de la siguiente manera. Se ordenó de mayor a menor la frecuencia con la que cada producto es vendida en esta parte se tomaron los datos de la tabla 17, se procede a calcular el porcentaje de frecuencia de ventas dividiendo el total de frecuencia de ventas de cada producto con el total general multiplicado por 100 para obtener el % como se muestra en la tabla 18 es el este con la primera prenda que cuenta con 326 T – shirt y fue dividido con el total de prendas 856 el resultado es de 0.38 a este se le multiplica el 100 obteniendo el 38% como porcentaje en frecuencia de ventas , en seguida el acumulado se copia tal cual y se suma con la frecuencia del siguiente producto es el caso de sandals y por último el porcentaje de acumulado , se copia tal cual él % de frecuencia de t-shirt y se va sumando el % del siguiente producto.

Se realizó el diagrama de Pareto después de haber analizado la información la cual dio como resultado la prenda más vendida.

Dicho resultado se puede apreciar de forma más detallada en la figura 25.

Pareto de las prendas que generan mayor ingreso a la tienda

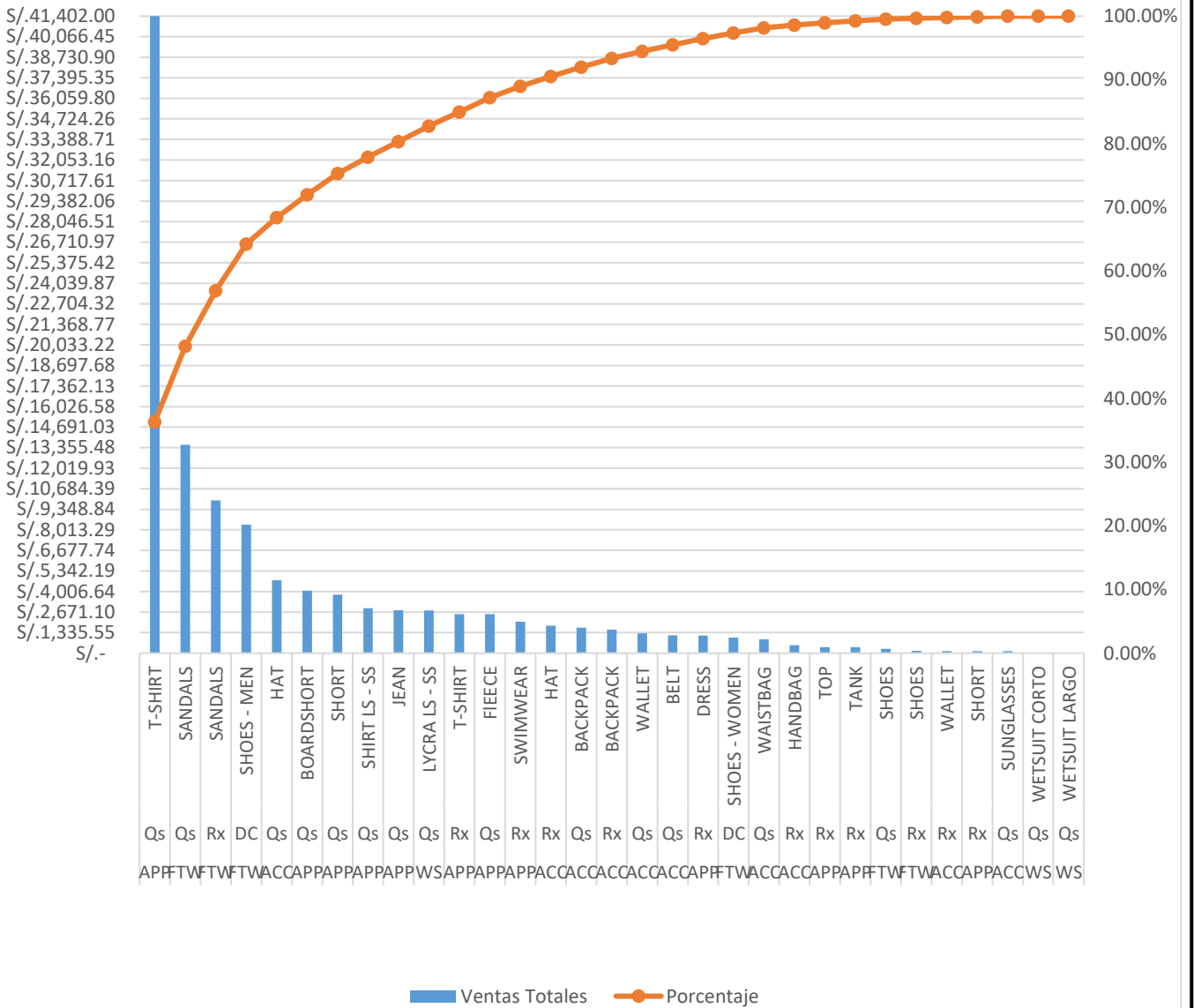


Figura 25. Pareto de producto más vendido.

Comentario. La figura 14 da a conocer el diagrama de Pareto el cual fue utilizado para la identificación de la prenda que genera mayor rentabilidad y ventas para la empresa. Permitiendo asignar un orden de prioridades durante un periodo tiempo en este caso la prenda con mayores ingresos en la empresa luego de aplicar Pareto es T- shirt de la marca Qs de la línea apparel.

Para que la información obtenida sea respaldada se realiza el promedio de ventas por líneas o familias de productos que se muestra en la tabla 19.

Tabla 19

Promedio de ventas anuales por líneas

| Código de identificación | Ventas Resumen por departamento | | | | | | | | | | | | Promedio anual |
|--------------------------|---------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------------|
| | Meses | | | | | | | | | | | | |
| | mar-18 | abr-18 | may-18 | jun-18 | jul-18 | ago-18 | sep-18 | oct-18 | nov-18 | dic-18 | ene-19 | feb-19 | |
| ACC | 171 | 100 | 82 | 59 | 89 | 155 | 91 | 109 | 117 | 537 | 171 | 251 | 161 |
| APP | 405 | 306 | 289 | 278 | 500 | 453 | 491 | 445 | 569 | 1949 | 781 | 828 | 608 |
| FTW | 444 | 168 | 121 | 75 | 173 | 104 | 119 | 141 | 177 | 729 | 311 | 318 | 240 |
| WS | 9 | 2 | 1 | 2 | 3 | 0 | 5 | 16 | 15 | 108 | 56 | 35 | 21 |

Fuente: elaboración propia

Comentario. En la tabla 19 se muestra el promedio anual por familias la cual fue obtenida por la suma de todos los productos que van dentro de cada línea que fueron vendidos por mes sumándose meses a mes y dividiéndose por el número de meses.

En la tabla 20 muestra el resumen y orden correspondiente de mayor a menor la cual indica la participación por líneas.

Tabla 20

Frecuencia de las líneas más vendidas

| Código | Líneas | Frecuencia de ventas(anuales) | Precio de venta | Venta total | % | Ventas acumuladas | % Acumulado |
|--------------|------------|-------------------------------|-----------------|------------------|-------------|-------------------|-------------|
| APP | Apparel | 608 | S/127.00 | S/77,216.00 | 57% | S/77,216.00 | 57% |
| FTW | Footwear | 240 | S/144.00 | S/34,560.00 | 25% | S/111,776.00 | 82% |
| ACC | Accesorios | 161 | S/128.00 | S/20,608.00 | 15% | S/132,384.00 | 97% |
| WS | Wetsuit | 21 | S/198.00 | S/4,158.00 | 3% | S/136,542.00 | 100% |
| Total | 5 | 1030 | | S/ 136542 | 100% | | |

Fuente: elaboración propia

Análisis. La tabla 20 representa la frecuencia acumulada, el porcentaje de la frecuencia acumulada la cual se halló de la misma manera que la tabla 18 en la cual se encuentran las líneas de productos con mayor participación e ingresos.

Para finalizar se hizo el diagrama de Pareto que muestra la figura 26

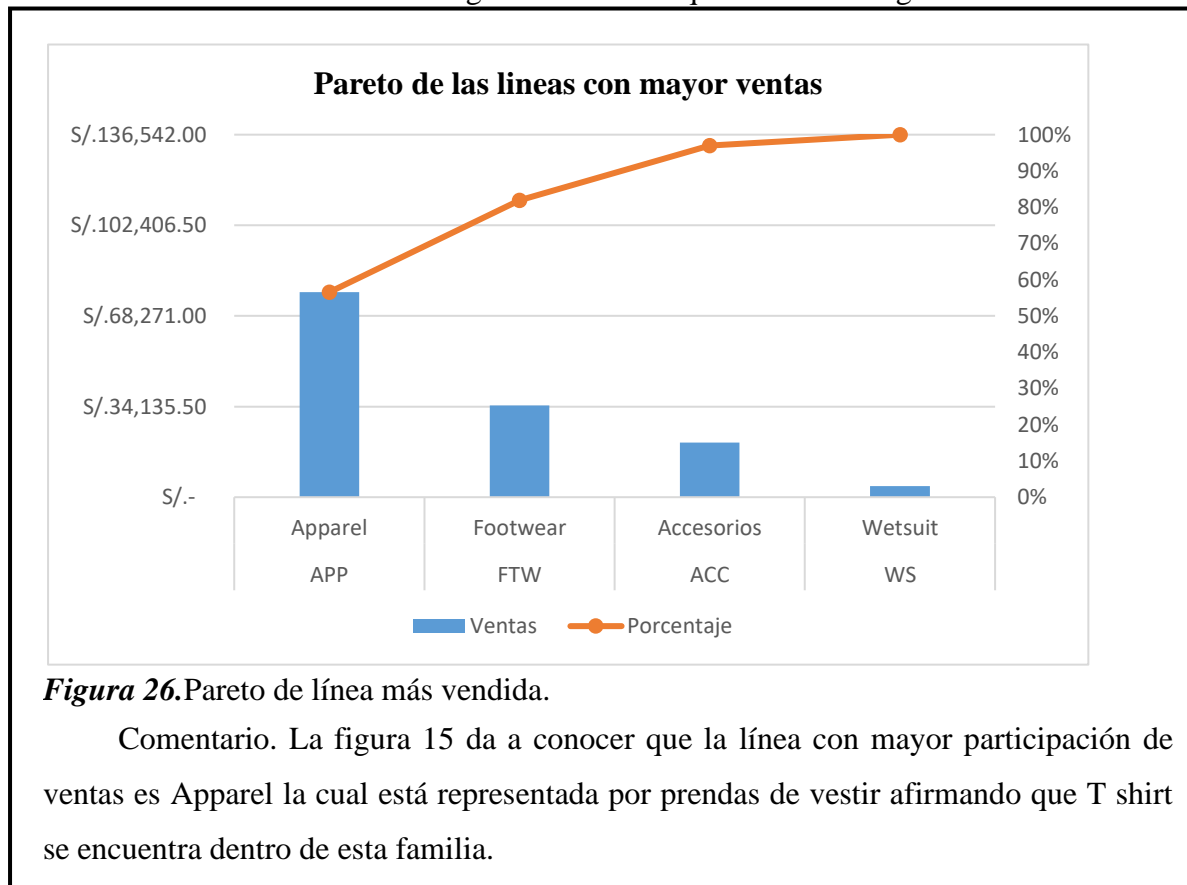


Figura 26. Pareto de línea más vendida.

Comentario. La figura 15 da a conocer que la línea con mayor participación de ventas es Apparel la cual está representada por prendas de vestir afirmando que T shirt se encuentra dentro de esta familia.

Para saber la situación actual de la variable dependiente se ha realizado cálculos con los datos que brinda la empresa.

Tabla 21

Inversión de la empresa OYMBrands hacia los trabajadores

| Orden | Apellidos y Nombres | Fecha de ingreso | Cargo u ocupación | Asignación familiar | INGRESOS DEL TRABAJADOR | | | | | Total remuneración bruta | | |
|-------------------|---------------------|------------------|-------------------|---------------------|-------------------------|---------------------|------------|-------|----|--------------------------|-----------|------------------|
| | | | | | SUELDO BÁSICO | ASIGNACIÓN FAMILIAR | COMISIONES | | | | | |
| 01 | Alejandro Palomino | 1/03/2017 | Supervisor | SI | S/ | 3,000.00 | S/ | 75.00 | S/ | 1,160.86 | S/ | 4,235.86 |
| 02 | Jose Quintos | 1/03/2017 | Administrador | NO | S/ | 1,800.00 | S/ | - | S/ | 1,160.86 | S/ | 2,960.86 |
| 03 | Claudia Cuadra | 4/03/2017 | Full Time | NO | S/ | 1,000.00 | S/ | - | S/ | 379.79 | S/ | 1,379.79 |
| 04 | Jaime Quiroga | 5/03/2017 | Full Time | NO | S/ | 1,000.00 | S/ | - | S/ | 485.56 | S/ | 1,485.56 |
| 05 | Patricia Bravo | 16/05/2017 | Part time | NO | S/ | 465.00 | S/ | - | S/ | 297.69 | S/ | 762.69 |
| 06 | Dayana Feijoo | 16/05/2017 | Part time | SI | S/ | 465.00 | S/ | 75.00 | S/ | 156.31 | S/ | 696.31 |
| 07 | Flavia Gonzales | 1/09/2018 | Part time | NO | S/ | 465.00 | S/ | - | S/ | 302.78 | S/ | 767.78 |
| TOTALES S/ | | | | | | | | | | | S/ | 12,288.85 |

Continuación de la tabla 21

| Promedio año comercial 2018 | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|---------------|----------------------|-----------------|----------------|---------------|----------------------------|-----------------|-------------------|---------------|--------------------------------------|------------------|
| Pago CTS | | Gratificación | | Essalud | | Bono por inventario | | Vacaciones | | Total inversión de la empresa | |
| S/ | 250.00 | S/ | 705.98 | S/ | 270.00 | S/ | 200.00 | S/. | 250.00 | S/. | 5,911.84 |
| S/ | 150.00 | S/ | 493.48 | S/ | 162.00 | S/ | 200.00 | S/. | 150.00 | S/. | 4,116.34 |
| S/ | 83.33 | S/ | 229.97 | S/ | 90.00 | S/ | 200.00 | S/. | 83.33 | S/. | 2,066.42 |
| S/ | 83.33 | S/ | 247.59 | S/ | 90.00 | S/ | 200.00 | S/. | 83.33 | S/. | 2,189.82 |
| S/ | - | S/ | 127.12 | S/ | 41.85 | S/ | 200.00 | S/. | 38.75 | S/. | 1,170.41 |
| S/ | - | S/ | 116.05 | S/ | 41.85 | S/ | 200.00 | S/. | 38.75 | S/. | 1,092.96 |
| S/ | - | S/ | 127.96 | S/ | 41.85 | S/ | 200.00 | S/. | 38.75 | S/. | 1,176.34 |
| S/ | 566.67 | S/ | 2,048.14 | S/ | 737.55 | S/ | 1,400.00 | S/ | 682.92 | S/ | 17,724.13 |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. La siguiente tabla 21 muestra toda la inversión que la empresa realiza en sus trabajadores.

A continuación, la tabla 22 detalla las comisiones del año comercial 2018

Tabla 22*Promedio de comisiones del año comercial 2018*

| Comisiones | | | | | | | | | | | | | |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Año comercial (2018) | | | | | | | | | | | | | |
| Trabajadores | Marzo | Abril | Mayo | Junio | Julio | Agosto | Septiembre | Octubre | Noviembre | Diciembre | Enero | Febrero | Promedio |
| Alejandro Palomino | S/. | S/.346.19 | S/. | S/. | S/.552.60 | S/.890.16 | S/.1234.85 | S/.1739.30 | S/.1518.27 | S/.4373.30 | S/.1774.46 | S/.1501.18 | S/.1160.86 |
| José Quintos | S/. | S/.346.19 | | | S/.552.60 | S/.890.16 | S/.1234.85 | S/.1739.30 | S/.1518.27 | S/.4373.30 | S/.1774.46 | S/.1501.18 | S/.1393.03 |
| T. 1 Jaime Quiroga | | S/.352.30 | S/.341.30 | S/.352.30 | S/.351.06 | S/.300.12 | S/.297.98 | S/.574.28 | S/.398.67 | S/.1110.89 | S/.570.06 | S/.692.19 | S/.485.56 |
| T.2 Claudia Cuadra | S/.228.19 | S/.215.60 | S/.218.60 | S/.225.60 | S/.213.06 | S/.293.22 | S/.328.28 | S/.290.96 | S/.567.42 | S/.1270.74 | S/.236.91 | S/.468.84 | S/.379.79 |
| T.1 Dayana Feijoo | | S/.187.20 | S/.167.40 | S/.177.20 | S/.184.99 | S/.209.13 | S/.294.00 | S/.296.00 | S/.203.46 | S/. | S/. | S/. | S/.156.31 |
| T.2 Patricia Bravo | | S/.107.20 | S/.127.20 | S/.101.20 | S/.105.54 | S/.164.11 | S/.170.30 | S/.258.20 | S/.274.26 | S/.921.29 | S/.634.97 | S/.410.36 | S/.297.69 |
| T.3 Flavia Gonzales | S/.252.30 | S/.117.20 | S/.172.40 | S/.135.20 | S/.120.30 | S/.115.40 | S/.250.90 | S/.354.68 | S/.299.40 | S/.863.72 | S/.654.06 | S/.297.76 | S/.302.78 |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. La tabla 22 indica las comisiones que cada uno de los trabajadores comisionó durante todo el periodo del año comercial 2018, donde la venta real es multiplicada por un porcentaje el cual establece la empresa.

Los datos de la tabla 23 hace referencia a total de ventas de año comercial 2018.

Tabla 23

Promedio de ventas netas del año comercial 2018

Valor de ventas (año comercial 2018)

| mar-18 | abr-18 | may-18 | jun-18 | jul-18 | ago-18 | sep-18 | oct-18 | nov-18 | dic-18 | ene-19 | feb-19 | Promedio |
|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|--------------------|
| <i>S/.86394.32</i> | <i>S/.53259.47</i> | <i>S/.52267.90</i> | <i>S/.50014.39</i> | <i>S/.85014.81</i> | <i>S/.68473.55</i> | <i>S/.66748.56</i> | <i>S/.75621.54</i> | <i>S/.82068.67</i> | <i>S/.297503.50</i> | <i>S/.114481.37</i> | <i>S/.115482.71</i> | <i>S/.95610.90</i> |

Fuente: elaboración propia

Comentario. La tabla 24 muestra el promedio anual de ventas las cuales se obtuvieron con la suma de todas las cuotas que alcanzaron los trabajadores por mes.

La tabla 24 muestra el resumen de todos los datos, que se hicieron en las tablas anteriores.

Tabla 24

Costo de ventas de la empresa OYMBrands S.A.C.

| <i>Resumen de datos</i> | | | | | | |
|------------------------------|----------|---------------|-----------|------------|-------------|-----------|
| Costo horas hombre | Cantidad | Sueldo S/ | Horas día | N° de días | N° de Meses | Total H-H |
| Supervisor | 1 | S/. 3,851.49 | 8 | 30 | 12 | 2880 |
| Administrador | 1 | S/. 2,960.86 | 8 | 30 | 12 | 2880 |
| Trabajadores tiempo completo | 2 | S/. 2,865.35 | 4 | 30 | 12 | 1440 |
| Trabajadores medio tiempo | 3 | S/. 2,226.78 | 12 | 30 | 12 | 4320 |
| Total | 7 | S/. 11,904.48 | | | | 11520 |

Fuente: elaboración propia

Comentario. La tabla 25 indica las horas que trabajan los colaboradores tanto de tiempo completo como los de medio tiempo y los números de días por mes en los que trabajan estos datos sirvieron para hallar el total de hora hombre el cual se obtuvo por mediante la multiplicación de las horas por día por los días en que los colaboradores trabajan.

A continuación, se muestra el resultado de la productividad actual de la empresa OYMBrands S.A.C.

Indicadores de productividad

Productividad M.O

Para poder hallar la productividad mano de obra teniendo en cuenta la formula detallada por Morales (2014), se utilizó el promedio de las ventas anuales del año comercial 2018 que se muestra en la tabla 23 sobre el costo de mano de obra el cual esta detallado en la tabla 21.

$$\text{Productividad M. O} = \frac{\text{Ventas totales}}{\text{Costo mano de obra}}$$

$$\text{Productividad M.O} = \frac{S/95,610.90}{S/17,724.13}$$

Productividad M. O= 5.39

El resultado de la productividad M.O calculada muestra que por cada sol invertido en el trabajador la empresa obtiene una venta de 5.39 soles.

Productividad H-H

Tomando las bases de Morales, (2014) al realizar el cálculo de la productividad en horas hombre se dividió el promedio de ventas anuales del año comercial 2018 especificado en la tabla 23 entre el total de horas hombre detallado en la tabla 24.

$$\text{Productividad H-H} = \frac{\text{Ventas totales}}{\text{Total h-h}}$$

$$\text{Productividad H-H} = \frac{S/95,610.90}{11520h-h}$$

$$\text{Productividad H-H} = S/8.30 \text{ h-h}$$

La productividad H-H detalla que por cada hora trabajada la empresa vende 8.30 soles.

Productividad N° de trabajadores

El cálculo que se utilizó para la productividad con respecto al número de trabajadores se resume en la siguiente formula. Donde el total de trabajadores esta detallada en la tabla 24. Con la formula brindada por Morales, (2014) se obtiene los siguientes resultados.

$$\text{Productividad N° de trabajadores} = \frac{\text{Ventas totales}}{\text{Total n° de trabajadores}}$$

$$\text{Productividad N° de trabajadores} = \frac{S/95,610.90}{7}$$

$$\text{Productividad N° de trabajadores} = S/13,658.70 \text{ c/trabajador}$$

Según la productividad N° de trabadores, detalla que cada trabajador vende S/13658.70.

3.2. Propuesta de investigación

3.2.1. Fundamentación

GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTO, ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN PARA INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA OYMBRANDS S.A.C. 2019

El análisis de la situación actual de la empresa OYMBrands S.A.C. se plantea la propuesta de investigación que sugiere a una idonea gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución que mejore las operaciones que día a día se realizan para cumplir con los trabajos establecidos para aumentar cada vez más la satisfacción de los clientes, así mismo el concepto de productividad puede ser aplicada a distintas realidades de diferentes rubros de empresas productoras o de servicios teniendo como propósito que no exista derroche en el uso de los recursos .

3.2.2. Objetivos de la propuesta

Ordenar y limpiar el área de aprovisionamiento con la metodología 5S

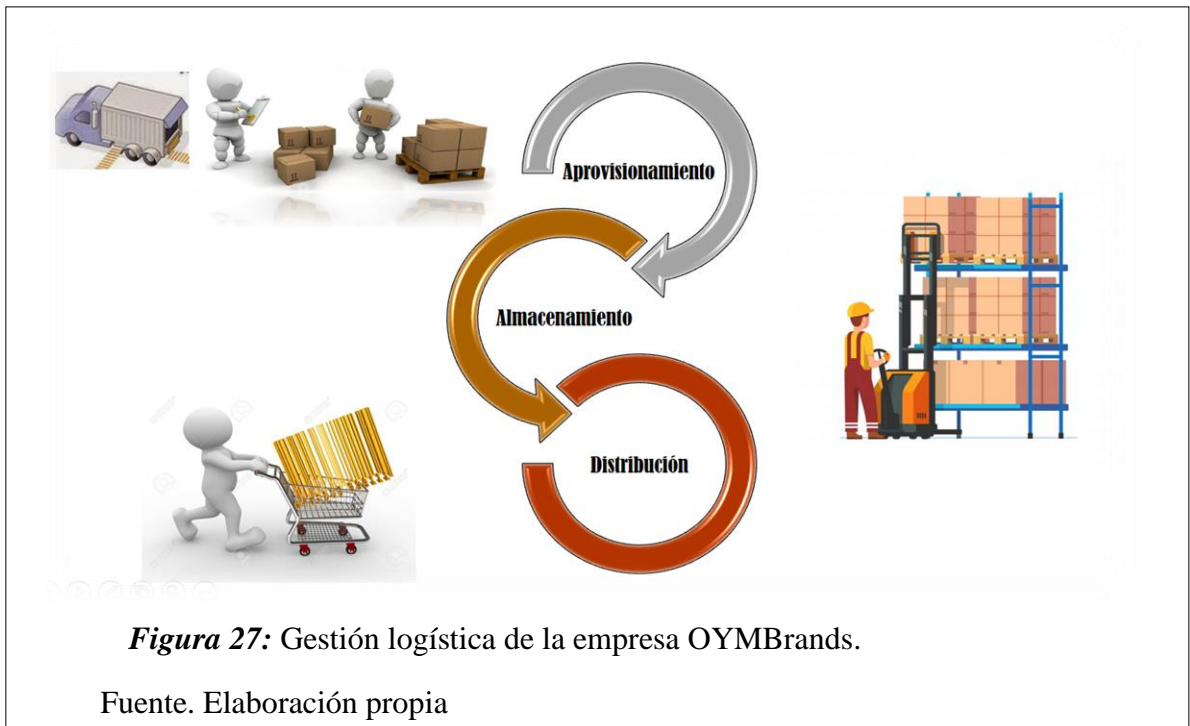
Clasificar materiales y herramientas con análisis ABC

La facilidad de acceso al producto almacenado y mejor aprovechamiento del espacio con la herramienta Layout

Mejorar los tiempos de atención al cliente

3.2.3. Desarrollo de la propuesta

La figura muestra la gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución de la empresa OYMBrands.



Logística es un área crítica de todos los establecimientos de ámbito retail el cual es parte de apoyo fundamental en la gestión, a fin de lograr los objetivos trazados. En la actualidad la orientación logística y su posición ha variado notablemente, haciéndolo más productivo con una práctica más planificada para la satisfacción de trabajadores y los clientes adicionando beneficios económicos y reduciendo cuellos de botellas para lograr los objetivos del establecimiento. Para efectos de esta investigación el sistema de gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución de la empresa OYMBrands que se plantea estaría conformado por

Gestión de aprovisionamiento

Gestión de almacenamiento

Gestión de distribución

3.2.3.1. Gestión de aprovisionamiento

Antes de la propuesta

Elaborada la investigación y proyectada la propuesta de mejora, existía una deficiente organización y comunicación de la tienda principal con las sucursales, ya que al momento de recepcionar los productos no guardaba relación con el requerimiento establecido, ocasionando exceso de mercadería, productos repetidos y con poca salida comercial, otro de los problemas que acontece es el mal etiquetado, codificado, faltante de mercadería y malas condiciones de llegada generando cruces en el sistema y pérdida de tiempo para realizar el aprovisionamiento correcto .

Después de la propuesta

Se sugiere la aplicación del ciclo de Deming (Planear, Hacer, Verificar y Actuar) con la finalidad de reorganizar y mejorar la comunicación con respecto a la gestión de aprovisionamiento entre la tienda principal y en la sucursal QsCh, empezando por un previo análisis reporte de ventas de cada mes donde especificara los productos más vendidos y los que generan mayor ganancia esto nos servirá como respaldo posteriormente se podrá conversar para llegar a un acuerdo evitando sobre stock y ruptura de stock, adicionalmente se empezara a realizar un registro mediante la herramienta Excel con los productos que vienen en mal estado y con codificación errada dicha información se enviara inmediatamente al terminar la recepción para evitar todo tipo de cruce.

De esta manera, la gestión de aprovisionamiento se debe orientar a mejorar continuamente sacándole provecho a todas las herramientas con las que cuenta la empresa añadiendo el ciclo de Deming. Dicho ciclo consta de 4 etapas: planear, hacer, verificar y actuar.

Aplicación del Ciclo Deming (PDCA)

Planear

Para poder desarrollar el ciclo Deming, se identifican los problemas y de esta manera se plantea las posibles soluciones.

Los problemas encontrados se pueden observar en la tabla 25.

Tabla 25

Identificación de problemas

| Gestión de aprovisionamiento | |
|---|--|
| Diagnostico | Alternativas de mejora |
| La falta de comunicación entre los eslabones. | <u>Contar con una buena organización.</u> Utilizar la tecnología con la que contamos (correos, teléfonos, sistema). |
| Error de los productos solicitados. | Generar Excel con los productos con error. |
| La empresa de transporte no cumple con la fecha y la hora de entrega. | Buscar empresas de transporte que brinden un mejor servicio. |
| Deficiencia en el empaquetado. | Sugerir mejor piking y paking. |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. Se muestra en la tabla 25 el resumen de todos los cuellos de botellas que existen actualmente en la gestión de aprovisionamiento de la empresa y sus posibles alternativas de mejora.

A continuación, se presenta los problemas detallados, los cuales fueron mencionados en la tabla 25.

- La falta de comunicación por parte del área que se encarga de surtir los pedidos requeridos hacia las demás sucursales, ya que al momento de realizar el envío de productos, no existe una fecha exacta o una pre información del día que está llegando la mercadería, lo que genera desconcierto y falta de organización por parte de los trabajadores.

- Error de los productos solicitados, uno de los problemas fundamentales que acontece la empresa, generando el exceso de mercadería a ello se le suma los productos que cuentan en piso y no tienen una salida comercial rápida como consecuencia el desorden en la tienda, ya que como se sabe no hay un espacio adecuado de aprovisionamiento, sobre almacenamiento de productos.

- La empresa de transporte no cumple con la fecha y la hora de entrega de los productos, es protocolo que la mercadería sea recepcionada media hora antes para que

así los trabajadores puedan contabilizar y ordenar la mercadería con la finalidad de que no interrumpa el inicio de apertura generando malestar e incomodidad en la atención al cliente, sin embargo, la empresa encargada del transporte no cumple con la fecha programada, causando el malestar de los trabajadores y a los clientes.

- Muchas de las ocasiones que se ha recepcionado la mercadería se ha podido observar el pésimo empaquetado tanto general como interno de los productos, ocasionando el deterioro de las prendas.

- Lo anterior mencionado repercute en los costos, disminuyendo la rentabilidad y aumentando el desorden en la empresa.

Tabla 26

Cronograma de soluciones propuestas

| Problema | Causa Raíz | N° | Acciones | ¿Cuándo? | | Comentarios |
|-------------------------------------|---|----|--------------------------------------|----------|-----|---|
| | | | | Inicio | Fin | |
| Deficiencia en entrega de productos | Falta de comunicación | 1 | Mejorar la organización | | | La gestión actual es deficiente es necesario mejorarla. |
| | Error de los productos solicitados | 2 | Realizar un control de requerimiento | | | |
| | Incumplimiento de la entrega de productos por parte de la empresa de transporte | 3 | Cambiar la empresa de transporte | | | |
| | Empaquetado inadecuado | 4 | Sugerir un empaquetado adecuado | | | |

Fuente: elaboración propia.

Hacer

Se adecuo un plan de acciones, detallando los problemas y las soluciones que se puedan brindar y/o sugerir.

Mejorar la organización. Todos los trabajadores a partir de la fecha de requerimiento (que se realizan todos los domingos) de productos, tendrán que verificar al siguiente día en el sistema y también constatar el cronograma de envíos. Si la mercadería solicitada coincide con la requerida, de no ser así, se enviará un correo al

almacén principal indicando el error encontrado adjunto al Excel de requerimiento, con la finalidad de que se envíen las prendas correctas, a su vez el trabajador de turno se pondrá en contacto con la empresa transportista para verificar la fecha de llegada llenando el formato de productos en camino con fecha y detalles, esto servirá como informe para todo los trabajadores del turno correspondiente los cuales tendrán que llegar de 30 a 35 min antes de lo usual, debido a que la política del centro comercial es que el ingreso de aprovisionamiento debe realizarse entre 8 y 9:30 am evitando que la mercadería sea negada su ingreso por incumplimiento de horario.

A continuación, en la tabla 27 se presenta el cuadro que tendrán que llenar al iniciar la apertura de tienda el equipo de turno para realizar el aprovisionamiento.

Tabla 27

Organización del equipo

| Equipo de trabajo | | | |
|--------------------|---|-----------------|---|
| Problema | Procesos deficientes en la gestión de aprovisionamiento | | |
| Producto | Retail | PDCA N° | 1 |
| Empresa | OYMBrands S.A.C | Fecha de inicio | |
| | | Fecha de cierre | |
| Equipo Qs Chiclayo | | | |
| Nombre | Puesto | Observación | |
| José Quintos | Administrador | | |
| Claudia Cuadra | Área de Marketing | | |
| Jaime Quiroga | Área de Almacén y devoluciones | | |
| Dayana Feijoo | Área de ventas | | |
| Patricia Bravo | Área de ventas | | |
| Flavia Gonzales | Área de ventas | | |
| Alejandro Palomino | Supervisor sede Norte | | |

Fuente: elaboración propia.

Comentario: La siguiente planilla será llenada por el personal de turno de acuerdo a la fecha pactada de llegada de mercadería en esta plantilla se podrá añadir la observación de cualquier deficiencia de esa fecha en el aprovisionamiento y será adjuntada con el Excel que se describió en la parte de arriba a eso le sumaremos la guía correspondiente y el video que se hace por seguridad como respaldo.

Tabla 28

Control de aprovisionamiento

| Control de entrada de mercadería | | | | | |
|---|----------------------|-----------------------|--------------------------|---------------------|---------------------------------------|
| N° de control | Día de salida | Día de llegada | Personal de turno | N° de bultos | Conformidad en el N° de bultos |
| 1 | | | | | |
| 2 | | | | | |
| 3 | | | | | |
| 4 | | | | | |
| 5 | | | | | |
| 6 | | | | | |
| 7 | | | | | |
| 8 | | | | | |
| 9 | | | | | |
| 10 | | | | | |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. En la tabla 28 se detalla el control de entrada de mercadería, para una mejor organización y comunicación.

Cambiar la empresa de transporte.

Protocolo de evaluación para elegir un mejor transporte.

Evaluación de necesidades. Se identificarán las necesidades respondiendo preguntas como: Qué, Dónde, Cuándo, Cuánto.

Lista de proveedores. Se buscarán diversos proveedores que cumplan con las necesidades que tiene la empresa es decir que cuenten con ruta de Chiclayo -Lima y viceversa incluyendo la llegada de la mercadería hasta la tienda.

Oferta de proveedores. En este punto se tendrán en cuenta los siguientes detalles: Costo del servicio, disponibilidad de unidades, calidad de servicio de los choferes, antigüedad de las unidades, tecnología, días de crédito, seguridad, plazo de entrega.

Criterios de selección. La tienda QsCh trabaja con 3 empresas de transporte la cual una de ellas es con la que la mayoría de veces se realiza dicha actividad, pero cuenta con deficiencias es por ellos que se podrían evaluar las otras dos con el siguiente formato.

En seguida se muestra la tabla 29, la cual servirá para evaluar las tres empresas de transporte y elegir a la que cumpla con todos los criterios.

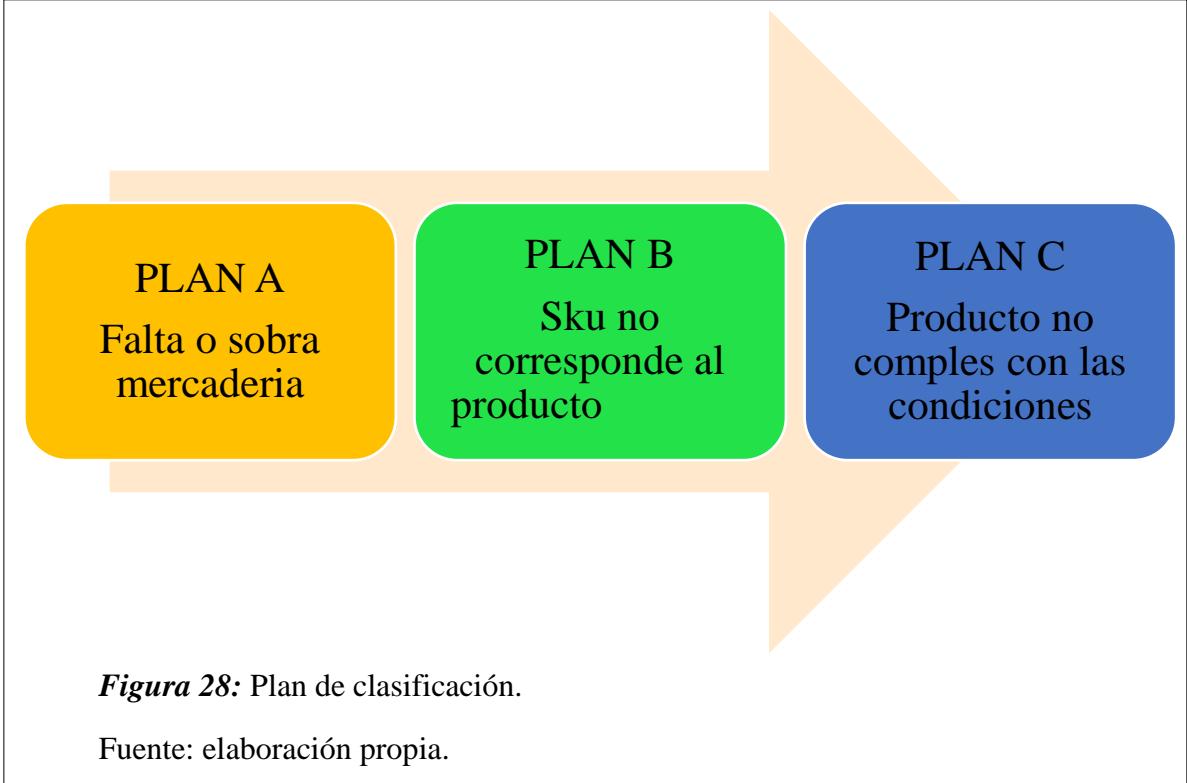
Tabla 29

Ficha de evaluación para empresa de transporte

| Nombre de la empresa a evaluar: | |
|--|------------|
| Criterios a evaluar | Evaluación |
| | 1 2 3 4 5 |
| 1 Cumplen con el horario y fecha establecida | |
| 2 La mercadería llega completa y buenas condiciones | |
| 3 Solución inmediata ante cualquier inconveniente | |
| 4 La comunicación entre empresa de transporte y tienda es buena | |
| 5 Cuenta con una localización inmediata del vehículo | |
| 6 Las cajas al llegar cuentan con todos sus papeles (guías) El precio y la calidad están alineados en la relación | |
| 7 estratégica | |
| 8 Certificación de proveedores de transporte | |
| 9 Los trabajadores cuentan con una identificación El transporte realiza en un vehículo que mantiene las | |
| 10 condiciones de los productos. | |
| Total | |

Comentario. La tabla 29 cuenta con criterios estos serán evaluados del 1 al 5 el que cumpla con todos estos será la mejor opción.

Productos con algún tipo de error. Para erradicar este tipo de problemas se decidió aplicar tres tipos de plan los cuales se clasificarán según el tipo de error para tomar la mejor opción de mejora.



Comentario. Cabe mencionar que en cada recepción que se realiza se utilizan como herramienta un celular se hace una grabación desde el código de barras coincide con la del sistema, apertura de caja (cuente con todos los cintillos de seguridad), conteo de productos, como medida de prevención y respaldo para evitar malos entendidos o pérdidas.

Para el Plan A en este caso se tomará acciones rápidas ya que es un caso de emergencia debido a que puede producir alteraciones en el sistema, pues si falta al momento de hacer inventario me aparecerá en la base de datos y no existirá físicamente porque nunca llegó y si sobra de igual manera la empresa tiene como política que “todo producto sobrante es faltante” automáticamente sabiendo que falta alguna prenda con el respaldo de la grabación se mandará un correo al área del almacén principal que es donde se armaron los pedidos para que den respuesta a este error evitando que se genere desconfianza en el grupo de trabajo que se encargó de recepcionar y hacer seguimiento .

Plan B. Al realizar la recepción de productos lo que se quiere es rapidez y antes cualquier inconvenientes darle soluciones eficaces es por ello que en el plan b se aplicara en la tabla 29 donde se podrán detallar los productos errados por código así mismo se buscara el código correcto y serán ingresados comúnmente este archivo nos servirá como

respaldo ante cualquier cruce si se produce más adelante y encontraremos el error fácilmente en caso halla este cruce se ponen estas prendas como productos en venta de salida rápida para evitar otro tipo de inconveniente.

A continuación, se muestra la tabla 30 la cual permitirá el control de la mercadería con error, en ella se podrá ver que tan reincidente se dan estas fallas.

Tabla 30

Ficha de productos erróneos

| Productos con fallas | | | | | | | SKU | | Se ingresó al sistema | |
|----------------------|-----------|----------|-------|-------|---------|----------|-----|----|-----------------------|--|
| Fecha de ingreso | Proveedor | Producto | Talla | Color | Fallado | Correcto | Si | No | | |
| 1 | | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | | | | |
| 8 | | | | | | | | | | |
| 9 | | | | | | | | | | |
| 10 | | | | | | | | | | |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. La tabla 30 detalla la fecha de ingreso y la falla que presenta el producto con ello se dará la corrección de este producto para que sea ingresado al sistema con facilidad y se utilizara como respaldo ante cualquier cruce como identificación rápida.

Plan C Estos productos serán colocados en un Excel, para evitar costo extra de envío se podría mediante un correo de autorización aplicar un descuento especial para estos productos con defectos.

Mal empaquetado. Se hará sugerencias como:

No utilizar cajas de cartón ya que son muy vulnerables a que se dañen chanquen generando que los productos también lo hagan a su remplazar utilizar keeper que son cajas plásticas con mejor soporte y reutilización.

Los keepers deben contar con cintillos de cierre con su respectiva codificación, estos deben estar embalados con vitafilm para sumar seguridad.

Los keepers deben tener un tope de cantidad de productos, no porque entran 50 productos van a ser puestos los 50 productos es un error muy grande que por ahorrar espacio los productos lleguen mal doblados, bolsas rotas, manchados etc.

Los keepers deben contener productos de la misma familia es decir no pueden venir mezclados prendas de vestir con calzado.

Verificar

En este punto se presenta una lista de observaciones con la finalidad de constatar y verificar que lo sugerido anteriormente sea debidamente realizado por medio de indicadores los cuales ayudaran a saber el rendimiento de cada una de ellas.

Tabla 31

1° cumplimiento de acciones

| Turno | Procesos con defectos | Nombre de indicador | Formula | Resultado | Observaciones | Responsable de la inspección |
|---------------------------------------|---|-------------------------------|---|--|--------------------|------------------------------|
| 1° | Falta de comunicación | Plazo de aprovisionamiento | $\frac{\text{fecha de recepcion de pedidos} - \text{fecha de emision de pedidos}}{\text{}}$ | | | |
| 1° Revisión | Error de los productos solicitados | Error de previsión de demanda | $\frac{\text{prevision de la demanda} - \text{demanda r}}{\text{demanda real}}$ | | | |
| | Incumplimiento de la entrega de productos por parte de la empresa de transporte | Cumplimiento de plazos (%) | $\frac{\text{Número de pedidos en el plazo previstos}}{\text{número total de pedidos recibidos}}$ | | | |
| | | Documentación sin problemas | $\frac{\text{Facturas generadas sin errores}}{\text{total de facturas}} \times 100$ | | | |
| | 4° | Mal embalaje | Entregas perfectas | $\frac{\text{Pedidos entregados perfectas}}{\text{total de pedidos entregados}}$ | | |
| Todas las acciones han sido cumplidas | | | | Si _____ No | Si es no explicar: | |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. En esta tabla se evaluará mediante indicadores el desempeño de cada una de las acciones a corregir, la revisión y la acción de esta tabla se hará cada 15 días.

Actuar

Finalizando con el cumplimiento de los pasos anteriores se inicia la propuesta de mejora, la cual se muestra con más detalle en la tabla 32.

Tabla 32

Culminación del ciclo Deming

| Normalización | |
|---|---|
| Problemas | Que estrategias se empleara para erradicar los problemas más concurrentes |
| Falta de comunicación | Organización de equipo Control con ficha de entrada de mercadería Aplicación de Indicadores |
| Erros de los productos solicitados | Aplicación de ficha de productos erróneos Aplicación de planes de solución de acuerdo al error clasificado (A,B,C) Aplicación de Indicadores |
| Incumplimiento de la entrega de los productos por parte de la empresa de transporte | Protocolo de evaluación de transporte Aplicación de ficha de evaluación para empresa de transporte Aplicación de Indicadores |
| Empaquetado inadecuado | Aplicación de Indicadores Sugerencias de empaquetado |
| Criterio | |
| Cada cuanto tiempo se accionaran | Efecto positivo |
| Se aplicara todos los Lunes de cada mes | Desarrollando el ciclo Deming o metodología PDCA, contribuirá con el incremento de eficiencia de la gestión de aprovisionamiento y a su vez mejorar los demás procesos de la empresa OYMBrands S.A.C. |
| Se aplicara siempre que ingresa mercadería | |
| Se aplicara cada 15 días | |
| Se aplicara siempre que ingresa mercadería | |
| Se aplicara cuando halla algún error | |
| Se aplicara cada 15 días | |
| Se aplicara solo una vez | |
| Se aplicara solo una vez | |
| Se aplicara cada 15 días | |
| Se aplicara cada 15 días | |
| Se aplicara cada 15 días | |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. Con la implementación del ciclo Deming en la gestión de aprovisionamiento, donde la proyección está dada en un semestre, se aproxima el costo total basándonos en precio actual de la empresa Cruz del sur, quienes se encargará del transporte de los productos, debido que cumplen con el horario de entrega adecuado y con el empaquetado correcto de las prendas, de esta manera se estimó el precio de las capacitaciones que se realizaran 2 veces cada mes en un plazo total de 6 meses, así lo refleja la tabla 32.

3.2.3.2. Gestión de almacenamiento

Antes de la propuesta

En el estudio que se realiza se encontró problemas muy graves con la gestión de almacenamiento, los cuales traen consecuencias grandes como el desorden de los productos, condiciones de almacenaje que no cumplen con los estándares de calidad requerida, espacio insuficiente inadecuado preservar todo lo recepcionado, generando demoras en la búsqueda y entrega de productos solicitados por los clientes, a su vez obstaculización de los pasillos poniendo en riesgo al cliente y trabajador debido a que la mercadería es colocada debajo de las mesas y entre las exhibidoras, causando mala imagen y molestia hacia los clientes.

Después de la propuesta

Se dispone a elaborar un control y mantener un balance correcto entre el stock máximo y mínimo de la mercadería definido por el área o espacio físico del almacén fundamentado con anteriores experiencias y llevando un control óptimo de la demanda.

Para esto, se propone un análisis de sistema ABC con la finalidad de mejorar la clasificación y organización de los productos de esta manera los productos solicitados sean ubicados con mayor facilidad, ahorrando tiempo de búsqueda como de entrega.

Además, se plantea diseñar un plano de la empresa debido a que no cuenta con uno y de esta manera implantar el Layout de almacenamiento, incrementado así el espacio físico del almacén adecuado hacia la parte superior de este de tal forma se optimizará el orden de productos y disminuirá el deterioro de las prendas.

A) Aplicación del Ciclo Deming (PDCA)

Planear

Para poder desarrollar el ciclo Deming, se identifican los problemas y de esta manera se plantea las posibles soluciones.

Los problemas encontrados se pueden observar en la tabla 33.

Tabla 33*Diagnóstico de problemas*

| Gestión de almacenamiento | |
|--|--|
| Diagnósticos | Alternativas de mejora |
| | APLICACIÓN DE LAS 5's |
| Desorden en el almacén | Seiri Seiton Seiso Seiketsu Shitsuke |
| Distribución deficiente | |
| Espacios reducidos | |
| Sistema de ubicación de productos inexistentes | |
| Malas condiciones de almacenamiento | |
| Baja rotación es ciertos productos | |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. Se muestra en la tabla 33 el resumen de todos los cuellos de botellas que existen actualmente en la gestión de almacenamiento de la empresa y se optó por la aplicación de 5's como la alternativa de mejora.

A continuación, se presenta los problemas detallados, los cuales fueron mencionados en la tabla 33.

- Uno de los primeros problemas mencionados es el desorden en el almacén por el espacio reducido y la nula identificación de grupo de productos generando el deterioro de estos.
- La distribución deficiente genera que los trabajadores no puedan encontrar los productos con rapidez generando largo tiempo de espera para el cliente
- Espacio reducido debido a la mala organización y distribución causando un mal almacenamiento generando desorden.
- Sistema de ubicación de productos inexistentes la empresa no cuenta con un sistema que los ayude a identificar como están organizados los productos ya sea por modelo, talla, temporada etc.
- Malas condiciones de almacenamiento otro de los problemas que se logra observar es la manera como guardan el producto muchas veces por falta de kepper lo almacenan en cajas donde estas se rompen o deterioran poniendo una encima de otra.
- Baja rotación en ciertos productos otro de los problemas que presenta la empresa es que hay productos que no salen mucho a la venta generando un costo y lugar

de almacenamiento eso hace que para los productos que verdaderamente necesitan no haya un espacio específico.

- Lo anterior mencionado repercute en los costos, disminuyendo la rentabilidad y aumentando el desorden en la empresa.

Tabla 34

Cronograma de soluciones propuestas

| Cronograma de soluciones propuestas | | | | | | |
|--|---|----|--|----------|-----|-------------|
| Problemas | Causa/Raíz | N° | Acciones | ¿Cuanto? | | Comentarios |
| | | | | Inicio | Fin | |
| Desorden en el almacén | ESPACIO REDUCIDO EN EL ALMACEN DE LA EMPRESA OYM BRANDS S.A.C | 1 | Clasificación y Descarte Organización Limpieza Higiene y Visualización Disciplina y Compromiso | | | |
| Distribuciones deficientes | | 2 | | | | |
| Espacio Reducidos | | 3 | | | | |
| Sistema de ubicación de productos inexistentes | | 4 | | | | |
| Malas condiciones de almacenamiento | | 5 | | | | |
| Baja rotación de ciertos productos | | 6 | | | | |

Fuente: elaboración propia.

Hacer

Se adecuo un plan de acciones, detallando los problemas y las soluciones que se puedan brindar y/o sugerir en este caso se optó por la aplicación de la herramienta 5's ya que es una herramienta muy completa y adecuada que ayudará a solucionar y combatir los problemas ya mencionados así mismo dará excelentes resultados por su sencillez y efectividad. Su aplicación mejora los niveles de:

1. Calidad.
2. Eliminación de Tiempos Muertos.
3. Reducción de Costos.

Seiri: Clasificación y Descarte

En esta primera S indica la separación de las cosas necesarias y las que no la son manteniendo las necesarias en un lugar apropiado y en un lugar conveniente con esta S podrá combatir la baja rotación de productos innecesarios y el sistema de ubicación de productos inexistentes.

Para Poner en práctica la 1ra S debemos hacernos las siguientes preguntas:

1. ¿Qué debemos sacar del almacenamiento?
2. ¿Qué debe ser preservado?
3. ¿Qué puede ser útil para algún colaborador u otra área?
4. ¿Qué deberíamos arreglar?

Para la baja rotación de productos se optó por trabajar con el sistema ABC ya que gracias a él se puede identificar que productos son los que tienen más salida comercial y se les da prioridad para su almacenamiento así mismo se podrá identificar con cartillas de colores de acuerdo a la familia que pertenecen.

Esta plantilla será renovada en cambio de temporada (en la empresa se maneja dos temporadas muy marcadas verano e invierno) y también al ingreso de mercadería se tratará de exponer toda la mercadería en conjunto con el personal de visual estratégicamente aprovechando cada espacio del piso de venta a medida que no quede muchos productos para guardar.

Este es el orden que se aplicara para combatir estos dos primeros problemas.

Tabla 35

Rotación de productos

| ROTACION Y SELECCIÓN DE PRODUCTOS PARA ALMACENAMIENTO | | | | |
|--|------------------|-------------|-----------|-----------|
| FECHA DE INGRESO | TIPO DE PRODUCTO | LINEA/PADRE | PRODUCTOS | TEMPORADA |
| | A | | | |
| | A | | | |
| | A | | | |
| | A | | | |
| | B | | | |
| | B | | | |
| | B | | | |
| | B | | | |
| | C | | | |
| | C | | | |
| | C | | | |
| | C | | | |

Fuente: elaboración propia.

Comentario: En la tabla 35 se encontrará ubicado en la pc de la tienda Quiksilver y se utilizara en cada cambio de temporada y al ingreso de mercadería así se podrá identificar los productos que tienen mucho tiempo guardados y se podrá generar un reporte para la devolución de estos.

Los productos A: Serán ubicados al comienzo del almacén y serán identificado con una cartilla de color anaranjados a el detalle de los productos que irán dentro del contenedor o keeper.

Los productos B: Serán ubicados en medio del almacén y serán identificado con una cartilla de color celeste a el detalle de los productos que irán dentro del contenedor o keeper.

Productos C: ubicados al finalizar el almacén y serán identificado con una cartilla de color verde al detalle de los productos que irán dentro del contenedor o keeper.

El siguiente cuadro estará pegado en la pizarra de información el cual se logrará visualizar por todos los trabajadores y será actualizado semanalmente a medida que vaya saliendo los productos estos serán organizados con ayuda del sistema ABC para lograr identificar las prendas con más salida comercial.

Tabla 36

Información

| CUADRO DE INFORMACIÓN | |
|-------------------------|------------------|
| <i>TIPO DE PRODUCTO</i> | <i>PRODUCTOS</i> |
| A | |
| A | |
| A | |
| A | |
| B | |
| B | |
| B | |
| B | |
| C | |
| C | |
| C | |
| C | |

Fuente: elaboración propia.

SEITON (Organización)

La 2da S relacionada a la organización, es el estudio de la eficacia. Consiste en cuán rápido uno puede obtener lo que necesita, y cuán veloz puede dejarla en el lugar que le corresponde. Cada cosa debe tener su lugar exclusivo y único donde debe encontrarse antes durante y después de su uso

Todo debe estar disponible y próximo en el lugar de uso aquí se podrá eliminar tres problemas: Distribución deficientes, espacios reducidos, malas condiciones de almacenamiento.

Para ello se aplicará la propuesta de Layout de tal manera que se aprovecharan los espacios y con la ayuda de las cartillas se podrá identificar el orden en los que irán almacenados los productos de acuerdo a su salida de venta ambos se trabajaran con el sistema ABC Y LAYOUT.

Tabla 37*Cartilla de información*

| CARTILLA ANARANJADA | |
|---------------------|---|
| PRODUCTOS | F |
| TALLAS | E |
| COLOR | C |
| LINEA/PADRE | H |
| TEMPORADA | A |
| OBSERVACION: | |
| CARTILLA ANARANJADA | |
| PRODUCTOS | F |
| TALLAS | E |
| COLOR | C |
| LINEA/PADRE | H |
| TEMPORADA | A |
| OBSERVACION: | |
| CARTILLA ANARANJADA | |
| PRODUCTOS | F |
| | E |
| TALLAS | C |
| COLOR | H |
| LINEA/PADRE | A |
| TEMPORADA | |
| OBSERVACION: | |

Fuente: elaboración propia.

Comentario: Con estas cartillas se logrará identificar con rapidez cada keeper en el almacén ya que se pondrá la información importante facilitando la búsqueda de productos.

SEISO (Limpieza):

La 3° S Se dirige a la limpieza , la cual debe ser realizado por todos. Es de vital importancia que cada uno tenga designada un área que deberá tener siempre limpia bajo su responsabilidad. No debe haber ninguna parte de la empresa sin asignar. Si las personas no asumen este compromiso la limpieza nunca será real. Toda persona deberá

conocer la importancia de estar en un ambiente limpio. Cada trabajador de la empresa debe, antes y después de cada trabajo realizado, retirará cualquier tipo de suciedad generada aquí se trabajará uno de los problemas presentados en el cuadro principal que es el desorden en el almacén el cual se presentará una organización

Tabla 38

Organización del equipo

| ORGANIZACIÓN DE EQUIPO | | | |
|-------------------------------|---------------------|-----------------|---|
| 3S: LIMPIEZA | | | |
| FECHA | TRABAJADORES | REVISION | ACCIONES |
| | | | El área de almacenamiento y de materiales están señalizadas |
| | | | Los productos almacenados se encuentran correctamente identificados |
| | | | Las cajas de productos están apiladas en su sitio sin invadir zonas de paso |
| | | | Los materiales se apilan o cargan de manera segura, limpia y ordenada |
| | | | Las cosas están ubicadas de modo que todo colaborador que vaya a necesitarlas sepa dónde va a encontrarlas y a dónde debe devolverlas |
| | | | Todos deben limpiar utensilios y herramientas al terminar de usarlas y antes de guardarlos |
| | | | Las mesas, armarios y muebles deben estar limpios y en condiciones de uso |

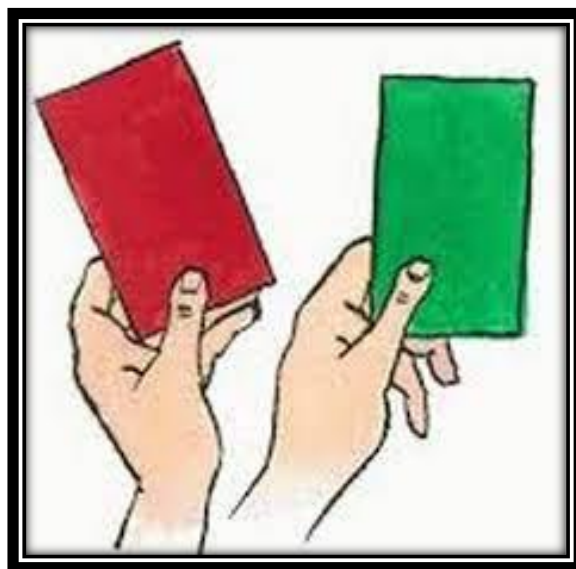
Fuente: elaboración propia.

Comentario. El trabajador de turno tendrá que verificar que cada uno de estos puntos sea cumplido, la revisión se dará semanalmente y las veces que ingrese mercadería para llevar un orden y limpieza adecuada facilitando la venta del producto, evitando la pérdidas y daños materiales y productos así mismo generando lo fundamental para la imagen interna y externa de la empresa.

SEIKETSU (Higiene y Visualización).

La 4° S comprende ambos significados: Higiene y visualización la cual reside en el mantenimiento del del orden quien exige limpieza cuidando de la calidad y la apariencia por lo tanto siempre habrá seguridad. Un método muy aplicado es la “gestión visual”. En esta técnica se ha demostrado como es sumamente indispensable en el proceso de mejora continua se usa en la producción, calidad, seguridad y servicio al cliente.

En esta S los trabajadores realizaran periódicamente una serie de visitas al almacén y detectaran aquellos detalles que necesitan restablecerse. Una variación aplicando el moderno y conocido “gestión por colores”. En el mismo grupo en vez de tomar notas sobre la situación, coloca una serie de tarjetas, rojas en aquellas zonas que necesitan mejorar y verdes en zonas en particular cuidadas. Habitualmente las entidades que utilizan estos códigos de colores jamás tienen tarjetas rojas, porque en cuanto se coloque una de estas tarjeta , el trabajador responsable de esa área pronto resuelve el problema para poder eliminarlos.



Se colocarán avisos durante el recorrido del almacén, para que cada trabajador tenga en cuenta y sienta compromiso en tener un área de trabajo ordenado y limpio:

Hay que tener ciertos avisos y recordatorios:

- Serán visibles a cierta distancia.
- Serán colocados en los sitios conveniente.
- Serán claros, objetivos y de rápido entendimiento
- Contribuirán a la creación de un espacio de trabajo motivador y ordenado

SHITSUKE (Compromiso y Disciplina):

La 5° S Disciplina no indica que habrá una persona pendiente de los colaboradores dispuesto para sancionarlos cuando lo estime oportuno. Disciplina significa voluntad de hacer las cosas y como deben realizarse. Es el deseo de crear un entorno de trabajo en base de buenos hábitos. Mediante formación y buenos hábitos es como se obtiene quebrar con los hábitos malos y pasados esto suma, tratando de mejorar alcanzando la 4 S anterior convirtiéndose en una rutina, en una práctica más de nuestros día a día .

Tabla 39

Organización del equipo

| Equipo de trabajo | | | |
|--------------------|-------------------------|--------------------------------|-------------|
| 5S | COMPROMISO Y DISCIPLINA | | |
| AREA | ALAMCEN | PDCA N° | 2 |
| Empresa | OYMBRANDS S.A.C | Fecha de inicio | |
| | | Fecha de cierre | |
| Equipo Qs Chiclayo | | | |
| | Nombre | Puesto | Observación |
| | José Quintos | Administrador | |
| | Claudia Cuadra | Área de Marketing | |
| | Jaime Quiroga | Área de Almacén y devoluciones | |
| | Dayana Feijoo | Área de ventas | |
| | Patricia Bravo | Área de ventas | |
| | Flavia Gonzales | Área de ventas | |
| | Alejandro Palomino | Supervisor sede Norte | |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. Todo el equipo de la tienda Quiksilver Chiclayo participará del ciclo PDCA cumpliendo la herramienta 5S para mantener la limpieza y el orden tanto en su área de trabajo como en las áreas compartidas y partes de la empresa.

Verificar

En este punto se presenta una lista de observaciones con la finalidad de constatar y verificar que lo sugerido anteriormente sea debidamente realizado.

Tabla 40

Revisión

| | TURNO | FECHA | PROBLEMA | 5S APLICADA | NOMBRE DE LA S | SE APLICO | | OBSERVACION | RESULTADO |
|----------|-------|-------|--|-------------|--------------------------|-----------|----|-------------|-----------|
| | | | | | | SI | NO | | |
| REVISION | | | Sistema de ubicación de productos inexistentes | 1S | Clasificación y descarte | | | | |
| | | | Baja rotación de ciertos productos | 1S | Clasificación y descarte | | | | |
| | | | Distribución deficientes | 2S | Organización | | | | |
| | | | Espacio Reducidos | 2S | Organización | | | | |
| | | | Malas condiciones de almacenamiento | 3S | Limpieza | | | | |
| | | | Desorden en el almacén | 4S | Higiene y Visualización | | | | |
| | | | Compromiso por parte del equipo de trabajo | 5S | Disciplina y compromiso | | | | |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. La verificación se realizará semanalmente y harán reuniones cada 15 días para conversar con el equipo de trabajo para mostrar los avances o deficiencias que aún hay que mejorar.

Actuar

Finalizando con el cumplimiento de los pasos anteriores se inicia la propuesta de mejora, la cual se muestra con más detalle en la tabla.

Tabla 41

Finalización del ciclo Deming

| NORMALIZACION | |
|--|--|
| Problema | Que estrategias se empleara para erradicar los problemas más concurrentes |
| Sistema de ubicación de productos inexistentes | APLICACIÓN DE LAS 5S |
| Baja rotación de ciertos productos | |
| Distribución deficientes | |
| Espacio Reducidos | |
| Malas condiciones de almacenamiento | |
| Desorden en el almacén | |
| Compromiso por parte del equipo de trabajo | |
| CRITERIO | |
| Cada cuanto tiempo se accionarán | Efecto positivo |
| Reuniones Quincenales y semanales | Desarrollando el ciclo Deming o metodología PDCA, contribuirá con el incremento de eficiencia de la gestión de almacenamiento y a su vez mejorar los demás procesos de la empresa OYMBrands S.A.C. |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. Con la implementación del ciclo Deming en la gestión de almacenamiento y la ayuda de la herramienta 5s se conseguirá una mayor productividad logrando un mejor lugar de trabajo para todos.

B) Análisis del sistema ABC

De los datos brindados por la empresa, se elaboró el análisis ABC de los productos que generan mayores ingresos, esto se demuestra en la tabla 35.

Tabla 42

Análisis ABC de los productos con mayor demanda

| Líneas | Marca | Productos | Frecuencia de ventas | Precio de venta U. | Ventas totales | % | Acumulado | %Acumulado | Zona | % Zona |
|--------|-------|---------------|----------------------|--------------------|----------------|------|--------------|------------|------|--------|
| APP | Qs | T-SHIRT | 326 | S/127.00 | S/41,402.00 | 36% | S/41,402.00 | 36.32% | A | |
| FTW | Qs | SANDALS | 94 | S/144.00 | S/13,536.00 | 12% | S/54,938.00 | 48.19% | A | |
| FTW | Rx | SANDALS | 69 | S/144.00 | S/9,936.00 | 9% | S/64,874.00 | 56.91% | A | |
| FTW | DC | SHOES – MEN | 58 | S/144.00 | S/8,352.00 | 7% | S/73,226.00 | 64.24% | A | |
| ACC | Qs | HAT | 37 | S/128.00 | S/4,736.00 | 4% | S/77,962.00 | 68.39% | A | |
| APP | Qs | BOARDSHORT | 32 | S/127.00 | S/4,064.00 | 4% | S/82,026.00 | 71.95% | A | |
| APP | Qs | SHORT | 30 | S/127.00 | S/3,810.00 | 3% | S/85,836.00 | 75.30% | A | |
| APP | Qs | SHIRT LS – SS | 23 | S/127.00 | S/2,921.00 | 3% | S/88,757.00 | 77.86% | A | 77.86% |
| APP | Qs | JEAN | 22 | S/127.00 | S/2,794.00 | 2% | S/91,551.00 | 80.31% | B | |
| WS | Qs | LYCRA LS - SS | 14 | S/198.00 | S/2,772.00 | 2% | S/94,323.00 | 82.74% | B | |
| APP | Rx | T-SHIRT | 20 | S/127.00 | S/2,540.00 | 2% | S/96,863.00 | 84.97% | B | |
| APP | Qs | FIEECE | 20 | S/127.00 | S/2,540.00 | 2% | S/99,403.00 | 87.20% | B | |
| APP | Rx | SWIMWEAR | 16 | S/127.00 | S/2,032.00 | 2% | S/101,435.00 | 88.98% | B | |
| ACC | Rx | HAT | 14 | S/128.00 | S/1,792.00 | 2% | S/103,227.00 | 90.55% | B | |
| ACC | Qs | BACKPACK | 13 | S/128.00 | S/1,664.00 | 1% | S/104,891.00 | 92.01% | B | |
| ACC | Rx | BACKPACK | 12 | S/128.00 | S/1,536.00 | 1% | S/106,427.00 | 93.36% | B | |
| ACC | Qs | WALLET | 10 | S/128.00 | S/1,280.00 | 1% | S/107,707.00 | 94.48% | B | 16.62% |
| ACC | Qs | BELT | 9 | S/128.00 | S/1,152.00 | 1% | S/108,859.00 | 95.49% | C | |
| APP | Rx | DRESS | 9 | S/127.00 | S/1,143.00 | 1% | S/110,002.00 | 96.50% | C | |
| FTW | DC | SHOES – WOMEN | 7 | S/144.00 | S/1,008.00 | 1% | S/111,010.00 | 97.38% | C | |
| ACC | Qs | WAISTBAG | 7 | S/128.00 | S/896.00 | 1% | S/111,906.00 | 98.17% | C | |
| ACC | Rx | HANDBAG | 4 | S/128.00 | S/512.00 | 0% | S/112,418.00 | 98.61% | C | |
| APP | Rx | TOP | 3 | S/128.00 | S/384.00 | 0% | S/112,802.00 | 98.95% | C | |
| APP | Rx | TANK | 3 | S/127.00 | S/381.00 | 0% | S/113,183.00 | 99.29% | C | |
| FTW | Qs | SHOES | 2 | S/144.00 | S/288.00 | 0% | S/113,471.00 | 99.54% | C | |
| FTW | Rx | SHOES | 1 | S/144.00 | S/144.00 | 0% | S/113,615.00 | 99.66% | C | |
| ACC | Rx | WALLET | 1 | S/128.00 | S/128.00 | 0% | S/113,743.00 | 99.78% | C | |
| APP | Rx | SHORT | 1 | S/127.00 | S/127.00 | 0% | S/113,870.00 | 99.89% | C | |
| ACC | Qs | SUNGLASSES | 1 | S/127.00 | S/127.00 | 0% | S/113,997.00 | 100.00% | C | |
| WS | Qs | WETSUIT CORTO | 0 | S/198.00 | S/ - | 0% | S/113,997.00 | 100.00% | C | |
| WS | Qs | WETSUIT LARGO | 0 | S/198.00 | S/ - | 0% | S/113,997.00 | 100.00% | C | 5.52% |
| Total | | | 858 | | S/113,997.00 | 100% | | | | |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. La tabla 34 resalta la mejor manera de clasificar y ordenar los productos en el almacén, como se puede observar todas las prendas que corresponden a la zona A debe de estar ubicados iniciando el almacén debido a que son los que generan más ingresos a la empresa. En este caso se observa que el producto con mayor rotación son los T-SHIRT de la marca Quiksilver de la línea Apparel.

Finalizado el análisis ABC se procede a realizar el cuadro resumen de las zonas donde se indicará el número de elementos y el porcentaje de estos, esto muestra la tabla 35.

Tabla 43

Resumen del análisis ABC

| Zona | N°de elementos | % Artículos | %Acumulado | % ventas | % V.Acumulado |
|-------|----------------|-------------|------------|----------|---------------|
| A | 8 | 25.81% | 25.81% | 77.86% | 77.86% |
| B | 9 | 29.03% | 54.84% | 16.62% | 94.48% |
| C | 14 | 45.16% | 100.00% | 5.52% | 100.00% |
| Total | 31 | 100.00% | | 100.00% | |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. Se puede apreciar en la tabla 35 que la cantidad de productos en la Zona A es de 9 donde se resalta que deben de tener una rápida accesibilidad al momento de su búsqueda, de esta manera se ahorrara tiempo y genera mayores ventas.

C) Método de Guerchet

Se prosigue con la implementación del método guerchet, para así calcular el área necesaria de la propuesta.

La tabla 36 detalla los elementos necesarios para encontrar el área, los cuales se encuentra en metros y metros cuadrados.

Tabla 44

Método de Guerchet

| Elementos | n cantidad | N lados | Largo(L) (m) | Ancho(A) (m) | Ss (m2) | Sg (m2) | Se (m2) | Altura (H) | St(m2) |
|--------------------|------------|---------|--------------|--------------|---------|---------|---------|------------|--------|
| <i>E. Fijos</i> | | | | | | | | | |
| Anaqueles | 4 | 1 | 4.00 | 0.30 | 1.2 | 1.2 | 1.49 | 2.00 | 15.55 |
| Computadora | 1 | 1 | 0.70 | 0.40 | 0.28 | 0.28 | 0.35 | 1.10 | 0.91 |
| <i>E. Movibles</i> | | | | | | | | | |
| Operarios | 2 | | | | 0.5 | | | 1.65 | 1.00 |
| Escalera | 1 | 1 | 0.40 | 0.40 | 0.16 | 0.16 | 0.20 | 1.1 | 0.52 |
| Total | | | | | | | | | 17.97 |

Fuente: elaboración propia.

Donde:

Ss: Superficie estática.

Sg: Superficie de gravitación.

Se: Superficie de evolución.

St: Superficie total.

Comentario. Según el resultado obtenido en la tabla 36 se muestra que el área necesaria es de 17.92 m². La empresa cuenta con un área total de 20 m².

También se calcula la fórmula del coeficiente K, que se muestra a continuación en la tabla 37

Tabla 45

Indicadores del coeficiente K

| Calculo de K | |
|---------------------|------|
| hm | 1.95 |
| hf | 1.57 |
| $K = hm / (2 * hf)$ | 0.62 |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. Utilizando la fórmula de K en la tabla 37 obtenemos el valor de 0.62.

Donde:

Hm: altura promedio ponderada de elementos movibles.

Hf: altura promedio ponderada de elementos fijos.

D) Layout

A continuación, se muestra los planos de la tienda QsCh actual que tuvieron que realizarse ya que no contaban con este tipo de documentación ellos fueron realizados con la ayuda de la Arquitecta Grecia Callantes Aldeán identificada con el número de colegiatura 21218.

Layout actual del almacén: El siguiente plano muestra la simulación de las cajas mal almacenadas con cuadros rojos donde serían las zonas vulnerables a dejar la mercadería constantemente a pesar de contar con un almacén, pero por falta de espacio y mala distribución no se logra aprovechar el espacio como se muestra en la figura 28.

Layout actual

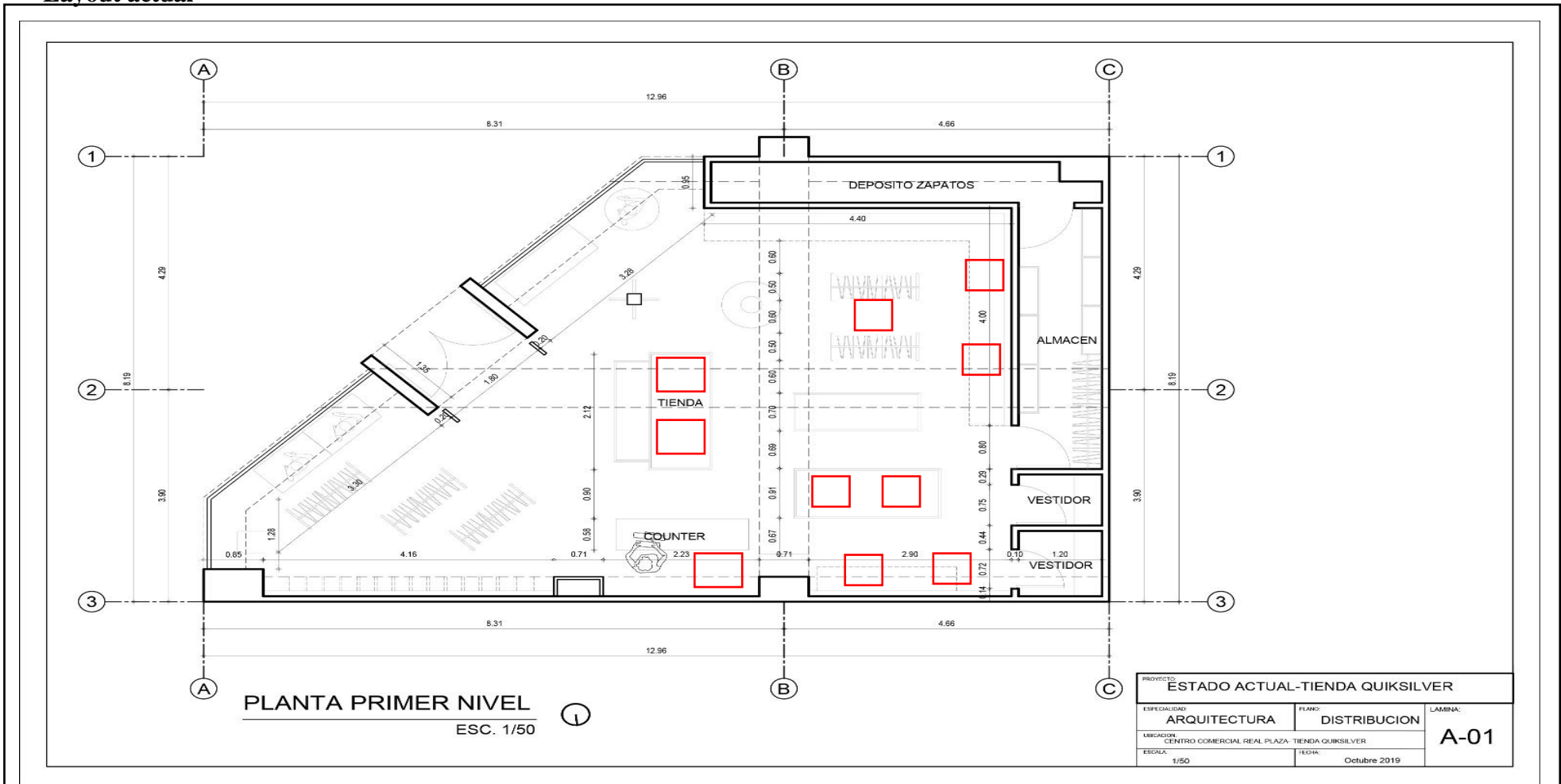


Figura 29:Layout actual de la empresa OYMBrands.

Fuente: elaboración propia

Comentario. Con este plano se logra identificar las zonas de riesgo de la tienda QsCh.

Layout Mejorado vista primer nivel

Los actuales y modernos centros de almacenamiento se caracterizan por el aumento de altura de almacenamiento para aplicar el volumen del mismo, adaptación e implementación de sistemas de información que garanticen la confiabilidad y manejo online adoptando las mejores prácticas en seguridad y salud ocupacional garantizando rapidez y calidad del lead time de entrega y despacho, mencionado esto, se puede apreciar en la figura 29 como se optó para la nueva distribución de espacio.

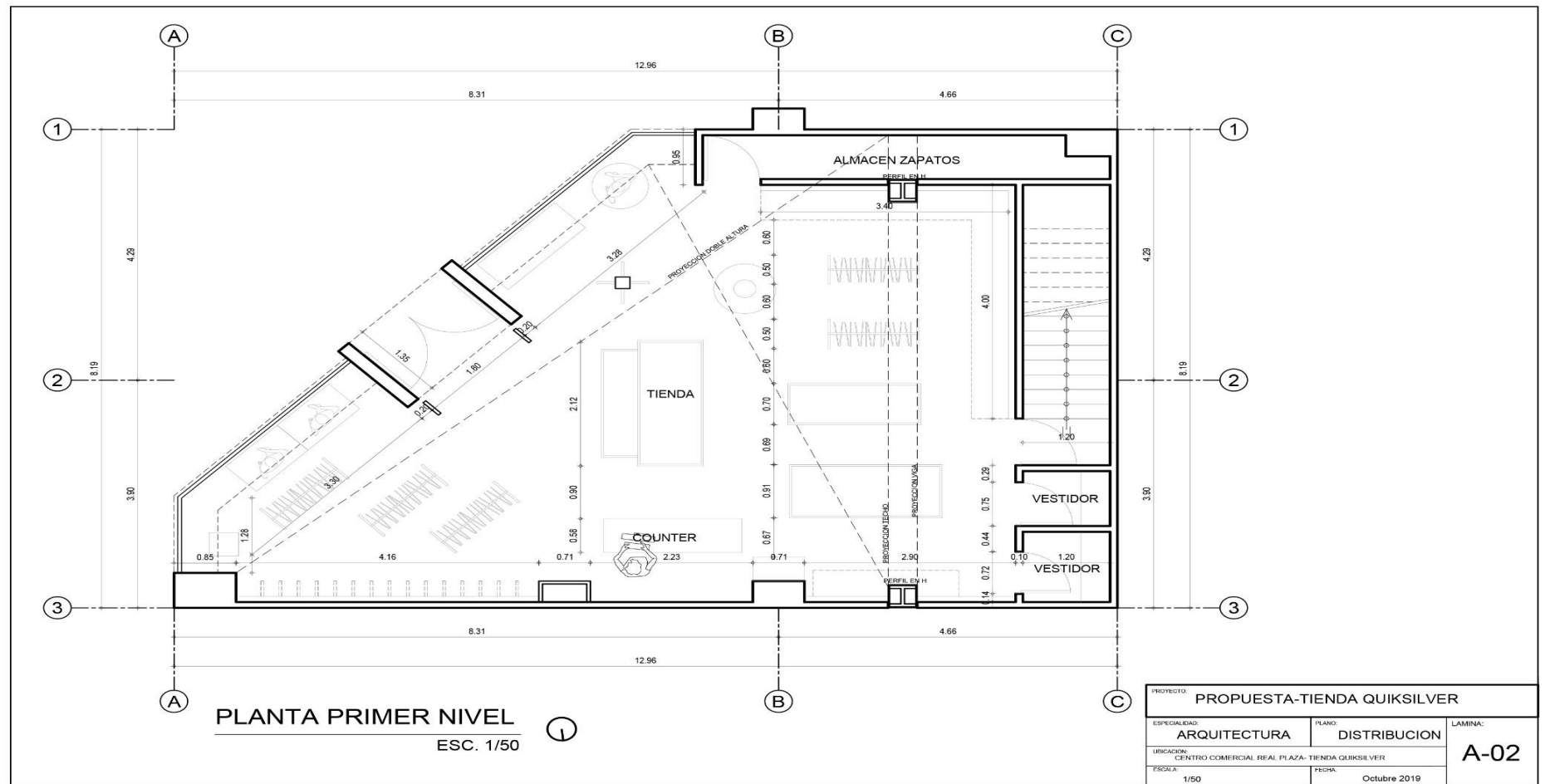


Figura 30: Propuesta de Layout vista primer nivel para la empresa OYMBrands.

Fuente: elaboración propia.

Comentario. El nuevo Layout del almacén garantiza una mejor distribución y orden de los productos la cual será de gran ayuda para reducir tiempos y entrega de productos y en buen estado, ellos estarán organizados por categorías de acuerdo a su salida comercial es por ello que en conjunto se realizó ABC para poder clasificarlos cada uno de estas por familias, tallas, colores a su vez contara con letreros visibles para identificarlos con facilidad. Para evitar incomodidad por si alguien está atendiendo y querer utilizar la computadora principal también contará esta área con una segunda computadora la cual tendrá solo el sistema de búsqueda de productos así evitando pérdidas de tiempo y molestias al cliente.

Layout Mejorado vista segundo nivel

En la propuesta de mejora se trabajó el área con el método de construcción mezzanine que quiere decir un entresuelo ya que generalmente se realiza con estructura de acero y son utilizadas para el almacenamiento industrial.

El método mezzanine se puede ver aplicado en la figura 30.

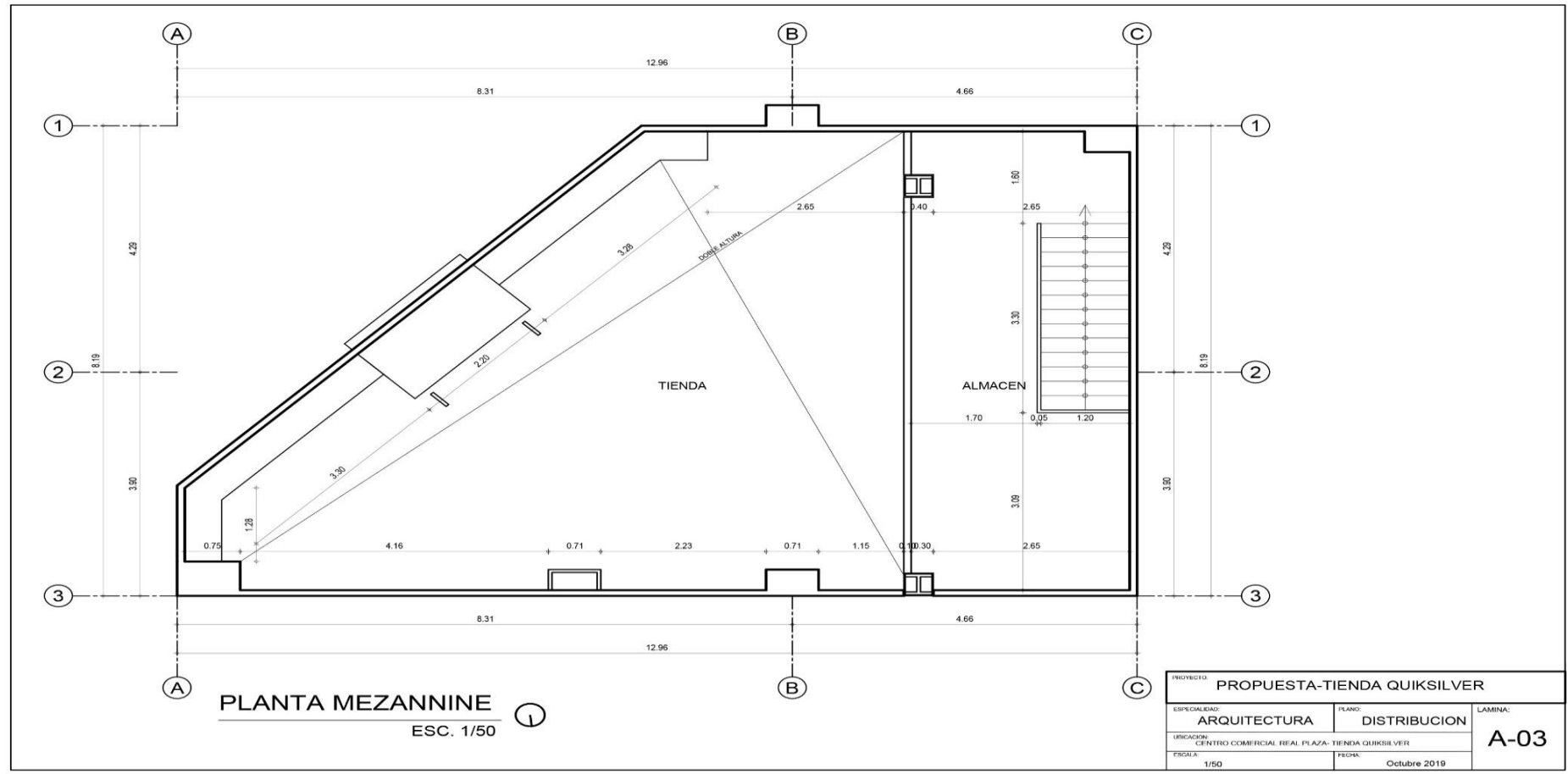


Figura 31: Propuesta de Layout 2° nivel de la empresa OYMBrands.

Fuente: elaboración propia.

Comentario: Se muestra la vista desde el segundo nivel trabajado en mezzanine que se implementó para la mejora basándonos en que actualmente los almacenes hoy en día aprovechan el espacio vertical.

La implementación de Layout de almacén para la empresa tiene un coto basado con el precio de los materiales en el mercado actual, los que se pueden ver detallado en la tabla 36.

Tabla 46

Presupuesto de la propuesta de mejora de la gestión de almacenamiento

| Costo de la propuesta de la gestión de almacenamiento | | | | | | |
|--|---------------|-----------------|---------------------|--------------------|----------------------|------------------------|
| <i>Layout</i> | | | | | | |
| Detalle | Unidad | Cantidad | costo x und. | Costo total | tiempo | Tiempo estimado |
| Ingeniero civil | persona | 1 | S/2,500.00 | S/ 2,500.00 | | |
| Planos de la empresa | material | 4 | S/200.00 | S/800.00 | | |
| Perfiles de acero en "H" de 20 pies (6 m aproximado) | material | 2 und. | S/150.00 | S/300.00 | colocación 3 días | |
| Perfiles de acero en "I" de 30 pies (8 metros aproximado) | material | 4 und. | S/150.00 | S/600.00 | colocación 8 días | |
| Concreto premezclado | material | 2 m3 | S/463.13 | S/926.26 | 1 día | |
| Escalera metálica | material | 1 und. | S/3,500.00 | S/3,500.00 | 2 días | |
| Losa colaborante Steel deck | material | 12.8 m2 | S/ 60.00 | S/768.00 | 2 días | |
| Drywall | material | 8 placas | S/ 27.00 | S/216.00 | 2 días | |
| Varillas de acero ½ | material | 64 varillas | S/ 27.70 | S/1,772.80 | 1 día | |
| Platinos de acero de 10 cm | material | 16 und. | S/ 25.00 | S/400.00 | 1 día | |
| Viguetas en "I" de 5,75 pulg. | material | 4 und. | S/ 80.00 | S/320.00 | 1 día | |
| Soldador | Persona | 1 persona | S/600.00 | S/600.00 | 2 días | |
| Barandas metálicas | material | 2 barandas | S/200.00 | S/400.00 | 1 día | |
| Electricista | Persona | 1 electricista | S/100.00 | S/100.00 | 1 día | |
| Obreros | Persona | 5 obreros | S/ 80.00 | S/8,000.00 | 2 días | |
| sub total | | | | S/21,203.06 | | |
| Implementos tecnológicos | | | | | | |
| All In One Aio Lenovo 21.5" I5 | maquina | 1 | S/2,249.00 | S/2,249.00 | | |
| Lector Scanner Código De Barras Inalámbrico Yhd + USB | maquina | 1 | S/139.00 | S/139.00 | | |
| Escritorio de computo | material | 1 | S/179.00 | S/179.00 | | |
| Silla computo | material | 1 | S/128.00 | S/128.00 | | |
| Estabilizador y supresor de picos | material | 1 | S/ 85.00 | S/ 85.00 | | |
| Sub total | | | | S/2,780.00 | | |
| Total de la propuesta | | | | S/ 23,983.06 | | |

20 días o 3 semanas

Fuente: elaboración propia.

Después de presentar la propuesta se obtuvo los estimados de acuerdo al precio del mercado actual, se puede mostrar el detalle de los materiales utilizados para la

construcción del segundo nivel para el almacén en el método de mezzanine, el cual es un tipo de construcción que se caracteriza por usar estructuras metálicas, se puede visualizar los materiales que se utilizarán para la gestión del almacén, como una computadora y un lector de código de barras, dando un costo total de 22123.06 soles y realizándose en un tiempo aproximado de 3 semanas.

3.2.3.3. Gestión de distribución

Servicio al cliente

Antes de la propuesta

La empresa hoy en día tiene una baja percepción de presentación personal deficiente a causa de falta de capacitación del personal, no todos los empleados tienen la actitud de servicio, falta de información sobre el cliente en el sistema generando que el cliente llegue a la tienda diciendo que no sabe de las promociones, inexistencia de protocolo al momento de saludar generando un desorden y malestar ya que los empleados a veces se pelean por quien lo saluda primero para que sea su venta, muy pocas promociones o son siempre las mismas, inexistencia de regalos o incentivos por compras superiores a montos grandes .

Después de la propuesta

Las mejoras fortalecerán el vínculo con el cliente y con esto crear fidelización y que se sientan identificados con la marca por la experiencia que vivieron al comprar en la tienda a su vez crear una cartera de clientes en una base de datos para ir conociendo en particular a través de sus compras continuas sus necesidades y lo que le interesa comprar, mejorando la calidad de los procesos internos para la satisfacción del cliente para poder cumplir con los requerimientos añadiendo la estrategia de promoción de ventas tan efectivas como la publicidad promoviendo la calidad de servicio y el compromiso con los empleados.

Aplicación del Ciclo Deming (PDCA)

Planear

Para poder desarrollar el ciclo Deming, se identifican los problemas y de esta manera se plantea las posibles soluciones.

Los problemas encontrados se pueden observar en la tabla 47.

Tabla 47

Inicio del Ciclo Deming

| Gestión de distribución | |
|--|--|
| Diagnostico | Alternativas de mejora |
| Inexistencia de un modelo de servicio al cliente | Diseño de un modelo de servicio al cliente |
| Falta de conocimiento de atención al cliente | Capacitación en servicio al cliente |
| Inexistencia de protocolos de atención | Protocolo de atención |
| Desconocimiento de promociones | Fortalecer las actividades de promoción y publicidad |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. Se muestra en la tabla 47 el resumen de todos los problemas que existen actualmente en la gestión de distribución de la empresa y se optó por diferentes alternativas que se detallaran en el HACER.

Hacer

Se adecuo un plan de acciones, detallando los problemas y las soluciones que se puedan brindar el cual ser desarrollarán estratégicamente de acuerdo a las herramientas que brinda la empresa.

Diseño de un modelo de servicio al cliente

Crear una base de datos de los clientes actuales de la empresa guardando sus apellidos numero o correo electrónico para generar una comunicación directa cuando contemos con promociones, también determinando sus características y volúmenes de compras de esta manera se reconoce la participación del cliente para poder propiciar descuentos especiales creando fidelización esto no quiere decir que solo con ellos se va a trabajar, sino que nos ayudaran a poder buscar las mejores opciones o regalos para cada tipo de cliente y poco a poco generando que se vayan sintiendo identificados con la marca y el servicio.

Caracterizar a los clientes. Para poder ayudar a los clientes y sentir un lazo de conocimiento con ellos es necesario clasificarlos en grupos de acuerdo a sus características y posibilidades de tal manera que se pueda garantizar un nivel de servicio que cada cliente demanda.

Identificar y clasificar las necesidades del cliente. Con esto se pretende saber los principales problemas con el servicio al cliente se recomendará hacer auditorías a los clientes claro está con su permiso haciéndole preguntas con respecto a sus compras si encontró lo que deseaba, como fue la atención de los trabajadores, si atendieron a todas sus inquietudes con respecto a las tecnologías de las prendas.

Determinar los factores de influencia en el servicio al cliente. Estos factores son muy relevantes ya que influyen mucho en la elección de lo que compra del cliente gracias a ellos podremos identificar la preferencias o gustos para poder ofrecerle un mejor servicio.

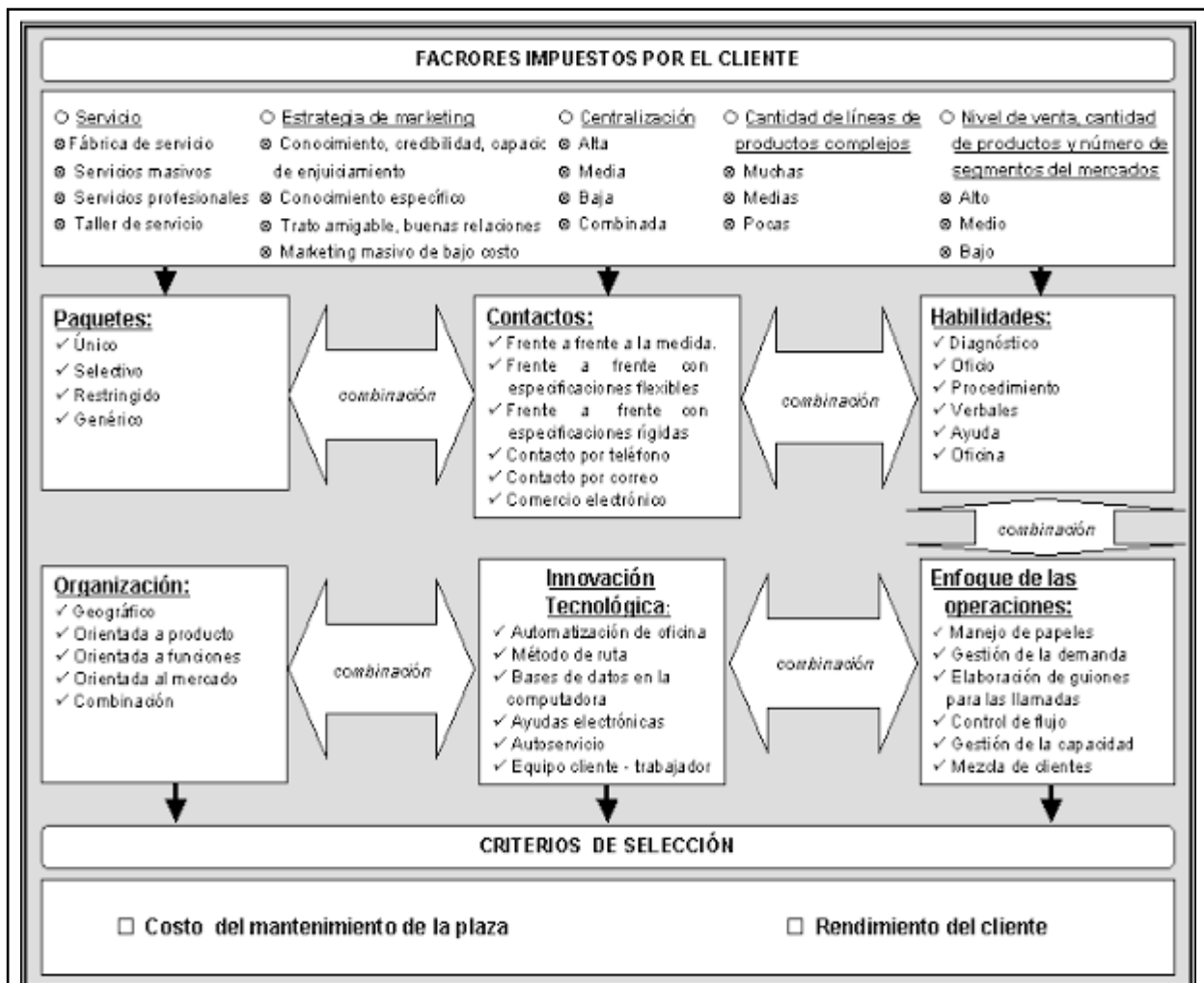


Figura 32: Factores impuestos por el cliente.

Fuente: Tigani (2006)

Comentario. de la figura anterior se muestran los factores impuestos por los clientes estos ayudaran a establecer estrategias de marketing como también saber en qué productos enfocarnos dependiendo a su salida comercial o preferencia por etapa por estación o preferencia por tecnologías etc., a fin de ofrecer las cualidades con los que se sientan identificados. Cada uno de estos factores, una vez determinada su situación y necesidades, debe responder por el desarrollo de las tareas pertinentes.

Capacitación en servicio al cliente

La capacitación es un punto clave para el éxito de una buena venta, brindando a los empleados las herramientas e información pertinente logrando que la empresa utilice

un sistemas y método de trabajo que permitan la fidelización e identificación con la marca.

Temas de capacitación

Cada quince días se realizará las capacitaciones con todos los trabajadores de la empresa donde se identificará los problemas con que más frecuencia se dieron o lo que los clientes manifestaron durante la estadía como, por ejemplo, falta de tallas, modelos, promociones etc.

Semanalmente se brindará información con respecto a las promociones, tecnologías de las prendas y actualización de productos las cuales serán evaluadas en las capacitaciones mediante exámenes orales o escritos para así identificar que trabajador está cumpliendo con su trabajo.

Generar un protocolo de atención

Saludar al cliente

1. Buenos días /tardes/noche bienvenido a la tienda Quiksilver.
2. En caso tuviera carrito de comprar o varias bolsas preguntarle si desea que tuviéramos sus cosas en el counter para que pueda ver con tranquilidad.
3. Preguntarle al cliente que es lo que está buscando para poder llevarlo a la sección adecuada (área de mujer/hombre)
4. Esperar un tiempo prudencial y tener una distancia adecuada para no generar incomodidad u hostigamiento.
5. Si cogió algún producto buscar la talla en la computadora para saber si hay disponibilidad y hacerlo esperar mucho y contarle sobre la tecnología de la prenda, la tendencia actual o alguna promoción.
6. Llevarlo al probador o espejo más cercano.
7. Hacer que el cliente verifique la prenda, para evitar inconvenientes.
8. Si se lleva el producto, llevarlo/a, a la caja, pedirle sus datos para registrarla si es que desea, brindarle toda la información sobre todos los medios de pago con los que contamos y si tenemos algún beneficio con alguna tarjeta en especial.

9. Darle gracias por la compra e invitarla a que vuelva y si desea realizar algún cambio por talla por si es algún regalo decirle que diez días y si desea enterarse de las promociones o nuevas prendas si desearía que la añadamos al grupo que cada vendedor tiene con sus clientes.

Por último, se hablará de la limpieza de la tienda con respecto a sus áreas asignadas como también la vestimenta para el trabajo ya que los trabajadores no tienen un uniforme establecido si no que ellos mismos reciben descuentos para comprarse prendas de la para que puedan utilizarlas como uniformes estas deben ser adecuadas por ejemplo no utilizar prendas que llamen la atención o porque hace calor ir en sandalias, aparte de los polos básicos de staff que deben estar limpios y planchados.

Fortalecer las actividades de promoción y publicidad

Se sugiere incrementar las actividades de promociones y publicidad mediante el canal más afectivo sacándole provecho a la tecnología y medios de comunicación más usados actualmente (redes sociales) es por eso que por cada compra pedimos sus números así los agregamos a un grupo donde le vamos informando de los productos con los que contamos. Por ejemplo.

Tenemos varios convenios con tarjetas de 2 a 6 meses sin interés.

Pedir a nuestro supervisor promociones de fines de semana, cambio de estación.

Aprovechar e implementar promociones en feriados, semana santa, fiestas patrias etc.

Jugar con las tendencias de marketing, por ejemplo: Black Friday, Halloween days, día del shopping.

Verificar

En este punto se presenta una lista de observaciones con la finalidad de constatar y verificar que lo sugerido anteriormente sea debidamente realizado.

Tabla 48

Revisión

| | FECHA | SE APLICO: | SE APLICÓ | | OBSERVACION | RESULTADO |
|----------|-------|--|-----------|----|-------------|-----------|
| | | | SI | NO | | |
| REVISION | | Diseño de un modelo de servicio al cliente | | | | |
| | | Capacitación en servicio al cliente | | | | |
| | | Protocolo de atención | | | | |
| | | Fortalecimiento de las actividades de promoción y publicidad | | | | |

Fuente: elaboración propia.

Comentario: La verificación se realizará semanalmente y harán reuniones cada 15 días para conversar con el equipo de trabajo para mostrar los avances ya que se podría medir mediante las ventas y ser comparadas antes de poner en practicar las propuestas y después y así verificar si es óptimo lo que se está aplicado.

Actuar

Finalizando con el cumplimiento de los pasos anteriores se inicia la propuesta de mejora, la cual se muestra con más detalle en la tabla

Tabla 49*Finalización del ciclo Deming*

| NORMALIZACION | |
|--|--|
| Problema | Que estrategias se empleara para erradicar los problemas más concurrentes |
| Sistema de ubicación de productos inexistentes | APLICACIÓN DE LAS 5S |
| Baja rotación de ciertos productos | |
| Distribución deficientes | |
| Espacio Reducidos | |
| Malas condiciones de almacenamiento | |
| Desorden en el almacén | |
| Compromiso por parte del equipo de trabajo | |
| CRITERIO | |
| Cada cuanto tiempo se accionarán | Efecto positivo |
| Reuniones Quincenales y semanales | Desarrollando el ciclo Deming o metodología PDCA, contribuirá con el incremento de eficiencia de la gestión de almacenamiento y a su vez mejorar los demás procesos de la empresa OYMBrands S.A.C. |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. Con la implementación del ciclo Deming en la gestión de distribución las mejoras fortalecerán el vínculo con el cliente y con esto crear fidelización y que se sientan identificados con la marca por la experiencia que vivieron al comprar.

Diseño de un modelo de servicio al cliente

Crear una base de datos de los clientes actuales de la empresa guardando sus apellidos numero o correo electrónico para generar una comunicación directa cuando contemos con promociones, también determinando sus características y volúmenes de compras de esta manera se reconoce la participación del cliente para poder propiciar descuentos especiales creando fidelización esto no quiere decir que solo con ellos se va a trabajar, sino que nos ayudaran a poder buscar las mejores opciones o regalos para cada tipo de cliente y poco a poco generando que se vayan sintiendo identificados con la marca y el servicio.

Caracterizar a los clientes. Para poder ayudar a los clientes y sentir un lazo de conocimiento con ellos es necesario clasificarlos en grupos de acuerdo a sus

características y posibilidades de tal manera que se pueda garantizar un nivel de servicio que cada cliente demanda.

Identificar y clasificar las necesidades del cliente. Con esto se pretende saber los principales problemas con el servicio al cliente se recomendará hacer auditorías a los clientes claro está con su permiso haciéndole preguntas con respecto a sus compras si encontró lo que deseaba, como fue la atención de los trabajadores, si atendieron a todas sus inquietudes con respectos a las tecnologías de las prendas.

Determinar los factores de influencia en el servicio al cliente. Estos factores son muy relevantes ya que influyen mucho en la elección de lo que compra del cliente gracias a ellos podremos identificar la preferencias o gustos para poder ofrecerle un mejor servicio.

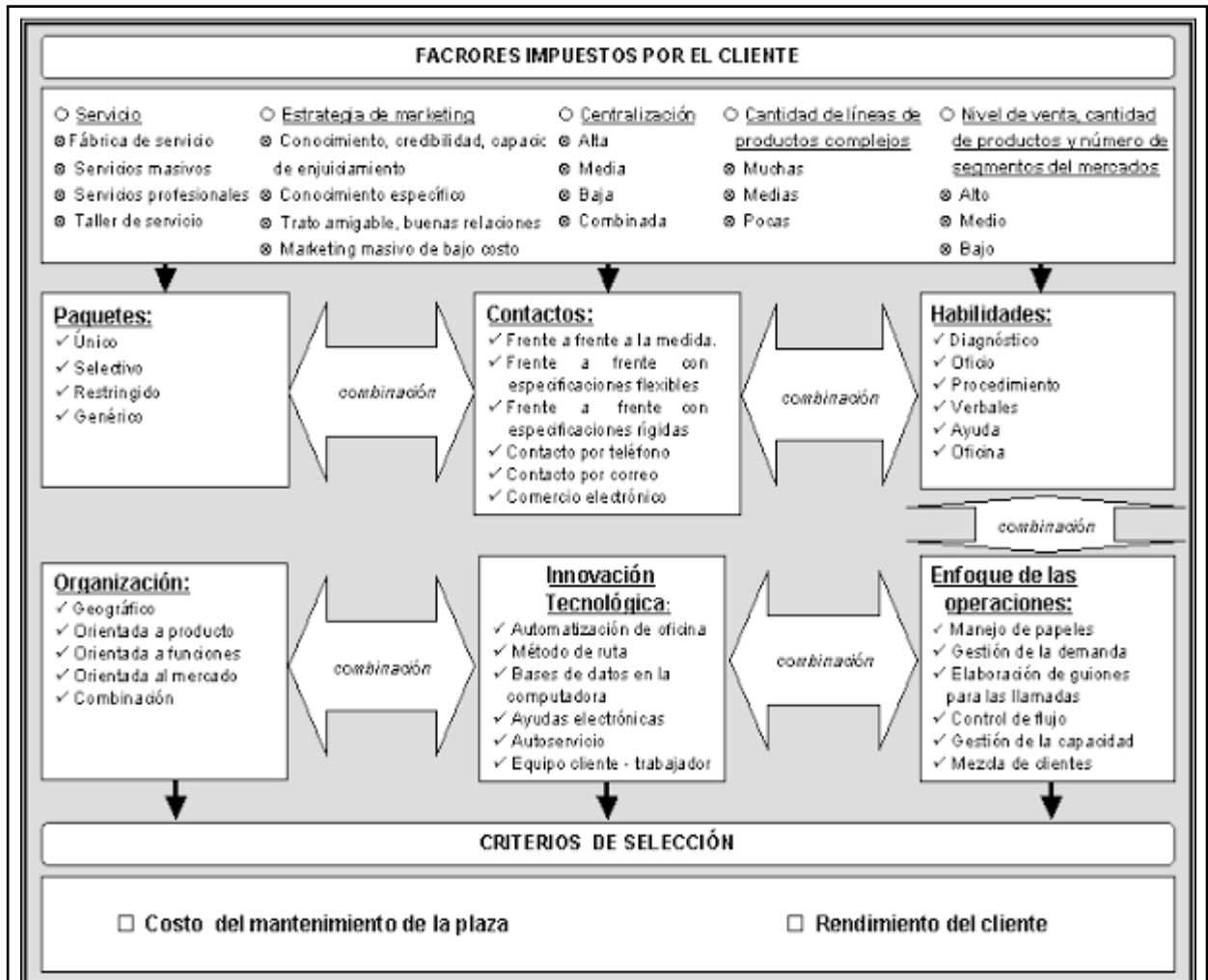


Figura 33: Factores impuestos por el cliente.

Fuente: Tigani (2006)

Comentario. de la figura anterior se muestran los factores impuestos por los clientes estos ayudaran a establecer estrategias de marketing como también saber en qué productos enfocarnos dependiendo a su salida comercial o preferencia por etapa por estación o preferencia por tecnologías etc., a fin de ofrecer las cualidades con los que se sientan identificados. Cada uno de estos factores, una vez determinada su situación y necesidades, debe responder por el desarrollo de las tareas pertinentes.

Capacitación en servicio al cliente

La capacitación es un punto clave para el éxito de una buena venta, brindando a los empleados las herramientas e información pertinente logrando que la empresa utilice un sistemas y método de trabajo que permitan la fidelización e identificación con la marca.

Temas de capacitación

Cada quince días se realizará las capacitaciones con todos los trabajadores de la empresa donde se identificará los problemas con que más frecuencia se dieron o lo que los clientes manifestaron durante la estadía como, por ejemplo, falta de tallas, modelos, promociones etc.

Semanalmente se brindará información con respecto a las promociones, tecnologías de las prendas y actualización de productos las cuales serán evaluadas en las capacitaciones mediante exámenes orales o escritos para así identificar que trabajador está cumpliendo con su trabajo.

Generar un protocolo de atención

Saludar al cliente

1. Buenos días /tardes/noche bienvenido a la tienda Quiksilver.
2. En caso tuviera carrito de comprar o varias bolsas preguntarle si desea que tuviéramos sus cosas en el counter para que pueda ver con tranquilidad.
3. Preguntarle al cliente que es lo que está buscando para poder llevarlo a la sección adecuada (área de mujer/hombre)
4. Esperar un tiempo prudencial y tener una distancia adecuada para no generar incomodidad u hostigamiento.
5. Si cogió algún producto buscar la talla en la computadora para saber si hay disponibilidad y hacerlo esperar mucho y contarle sobre la tecnología de la prenda, la tendencia actual o alguna promoción.
6. Llevarlo al probador o espejo más cercano.
7. Hacer que el cliente verifique la prenda, para evitar inconvenientes.

8. Si se lleva el producto, llevarlo/a, a la caja, pedirle sus datos para registrarla si es que desea, brindarle toda la información sobre todos los medios de pago con los que contamos y si tenemos algún beneficio con alguna tarjeta en especial.

9. Darle gracias por la compra e invitarla a que vuelva y si desea realizar algún cambio por talla por si es algún regalo decirle que diez días y si desea enterarse de las promociones o nuevas prendas si desearía que la añadamos al grupo que cada vendedor tiene con sus clientes.

Por último, se hablará de la limpieza de la tienda con respecto a sus áreas asignadas como también la vestimenta para el trabajo ya que los trabajadores no tienen un uniforme establecido si no que ellos mismos reciben descuentos para comprarse prendas de la para que puedan utilizarlas como uniformes estas deben ser adecuadas por ejemplo no utilizar prendas que llamen la atención o porque hace calor ir en sandalias, aparte de los polos básicos de staff que deben estar limpios y planchados.

Fortalecer las actividades de promoción y publicidad

Se sugiere incrementar las actividades de promociones y publicidad mediante el canal más afectivo sacándole provecho a la tecnología y medios de comunicación más usados actualmente (redes sociales) es por eso que por cada compra pedimos sus números así los agregamos a un grupo donde le vamos informando de los productos con los que contamos. Por ejemplo.

Tenemos varios convenios con tarjetas de 2 a 6 meses sin interés.

Pedir a nuestro supervisor promociones de fines de semana, cambio de estación.

Aprovechar e implementar promociones en feriados, semana santa, fiestas patrias etc.

Jugar con las tendencias de marketing, por ejemplo: Black Friday, Halloween days, día del shopping.



Tank 50% 40% sandalias



QUIKSILVER

50% boardshort selec. Polos 3x2 a s/159




DC
WINTER
SALE
HASTA
30%
DSCTO.
*EN PRODUCTOS SELECCIONADOS



ROXY
50%
DSCTO.
EN TODO
FLEECES - SWEATERS - BOOTS

APROVECHA NUESTROS
DESCUENTOS
40% EN TU
2DO PAR
DE DC SHOES MEN

* VÁLIDO EN TIENDAS DC, THE BOX SANTA ANITA, SAN ISIDRO, SAN BORJA Y PIURA DEL 17 AL 21 DE MAYO DE 2019 SOLO PARA CALZADO



En todo Quiksilver
3x2

TAMBIÉN
20% DSCTO
EN DC KIDS

* VÁLIDO EN TIENDAS DC, THE BOX SANTA ANITA, SAN ISIDRO, SAN BORJA Y PIURA DEL 17 AL 21 DE MAYO DE 2019 SOLO PARA CALZADO



TENEMOS PARA TI

50%
DSCTO.

PARA COLABORADORES DE PROMOTORÍA Y TIENDAS
POR RECONOCIMIENTO AL ALCANCE OBTENIDO EN LAS METAS DE LOS ÚLTIMOS MESES

PUEDA SER EFECTIVO LOS SGTES. DÍAS:

| | |
|---------------------------------------|-----------------------------------|
| PROMOTORÍA: 5 Y 6 AGOSTO | TIENDA: 7 Y 8 AGOSTO |
|---------------------------------------|-----------------------------------|



VÁLIDO SOLO EN: QS JOCKEY / DC JOCKEY / THE BOX SAN ISIDRO / QS PORONGOCHÉ / DC MALL DEL SUR / THE BOX PIURA / QS CHICLAYO / DC MEGA PLAZA / WRANGLER PORONGOCHÉ / QS TRUJILLO / DC PORONGOCHÉ

*DESCUENTO APLICABLE SOBRE EL PRECIO DE ETIQUETA. NO ACUMULABLE CON OTRAS PROMOCIONES. LÍMITE MÁXIMO DE DESCUENTO S/ 600.00

Figura 34: Plan de marketing para la empresa OYMBrands S.A.C.

Fuente: elaboración propia.

Implementado la propuesta de marketing para la gestión de aprovisionamiento de la empresa OYMBBrands S.A.C., se estima el costo de dicha propuesta el cual esta detallado en la tabla 50.

Tabla 50

Costos de la propuesta de marketing

| Costos del plan de marketing | | | | | |
|-------------------------------------|---------------|-----------------|--------------|------------------------|---------------------|
| Detalle | Unidad | Cantidad | Costo | Veces /semestre | Total |
| Especialista en marketing | persona | 1 | S/. 750.00 | 3 | S/. 2,250.00 |
| Publicidad en medios impresos | unidad | 3 | S/. 180.00 | 6 | S/. 3,240.00 |
| Publicidad en redes | unidad | 3 | S/. 35.00 | 6 | S/. 630.00 |
| Merchandising | unidad | 10 | S/. 45.00 | 3 | S/. 1,350.00 |
| Eventos | unidad | 1 | S/. 450.00 | 3 | S/. 1,350.00 |
| Total inversión | | | | | S/. 8,820.00 |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. Respecto con la propuesta, se sugiere la contratación de un especialista en marketing que apoye con el incremento de las ventas y de esta manera se incremente la productividad de la empresa, también se pronosticó la compra de merchandising, desarrollo de eventos y publicidad. en la tabla 50 se detalla el costo por unidad, teniendo en cuenta que el especialista en marketing será contratado por 3 meses y el plan de marketing está proyectado para 6 meses.

Tabla 51*Estimación de costo del ciclo Deming*

| Costo de la implementación del ciclo Deming | | | | | |
|--|---------------|--|-----------------------|-----------------------|--------------------|
| Detalle | Unidad | Cantidad | Costo unitario | Veces/semestre | Costo Total |
| Capacitación general de los trabajadores | persona | 1 | S/ 300.00 | 12 | S/ 3,600.00 |
| Implementación del ciclo Deming | persona | 1 | S/1,200.00 | 2 | S/ 2,400.00 |
| Contratación de empresa de transporte | empresa X | 20(peso por Keerper máximo de 20.4 kg) | S/ 22.75 | 6 | S/2,730.00 |
| Mejor empaquetado | empresa y | 20 | S/ 3.00 | 6 | S/ 360.00 |
| Inversión total | | | | | S/ 9,090.00 |

Comentario. Se presenta en la tabla 51 la inversión esperada para la implementación del ciclo Deming, detallándose el total de capacitaciones que serán 12 y la implementación del PDCA donde se implementara 2 veces durante el periodo

3.2.4. Productividad esperada con la mejora

Una vez implementada la propuesta, se realiza el cálculo de la nueva productividad y se comparara con la productividad previamente hallada, para observar si se logró el incremento de esta.

Se presenta el detalle de los productos que se dañaron en el primer semestre del año comercial 2018, por mal almacenamiento, manipulación inadecuado y factores externos. Esto se ve detallado en la tabla 38.

Tabla 52*Prendas dañadas por mal almacenamiento*

| Número | Fecha | Proveedor | Producto | Código | Talla | Precio |
|---------------|--------------|------------------|-----------------|---------------|--------------|---------------|
| 1 | 08/03/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268121 | M | S/ 79.90 |
| 2 | 08/03/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5270830 | M | S/ 79.90 |
| 3 | 08/03/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268121 | M | S/ 79.90 |
| 4 | 08/03/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268309 | M | S/ 79.90 |
| 5 | 08/03/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5242369 | S | S/ 79.90 |
| 6 | 08/03/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268311 | XL | S/ 79.90 |
| 7 | 08/03/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5270830 | M | S/ 79.90 |
| 8 | 08/03/2018 | ROXY | T-SHIRT | 5271058 | S | S/ 59.90 |
| 9 | 08/03/2018 | ROXY | T-SHIRT | 5271059 | M | S/ 59.90 |
| 10 | 16/04/2018 | ROXY | T-SHIRT | 5271059 | M | S/ 59.90 |
| 11 | 17/04/2018 | ROXY | T-SHIRT | 5271057 | XS | S/ 59.90 |
| 12 | 18/04/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5267944 | S | S/ 79.90 |
| 13 | 03/05/2018 | ROXY | BACKPACK | 5266123 | N/A | S/ 179.00 |
| 14 | 03/05/2018 | ROXY | BACKPACK | 5266123 | N/A | S/ 179.00 |
| 15 | 03/05/2018 | ROXY | TOP | 5271390 | XS | S/ 129.00 |
| 16 | 03/05/2018 | ROXY | SWIMWEAR | 5266242 | S | S/ 99.90 |
| 17 | 03/05/2018 | ROXY | SWIMWEAR | 5263971 | L | S/ 99.90 |
| 18 | 03/05/2018 | ROXY | SWIMWEAR | 5263972 | M | S/ 99.90 |
| 19 | 03/05/2018 | ROXY | HANDBAG | 5274274 | N/A | S/ 179.00 |
| 20 | 06/05/2018 | ROXY | HANDBAG | 5274281 | N/A | S/ 219.00 |
| 21 | 06/05/2018 | ROXY | HANDBAG | 5264472 | N/A | S/ 219.00 |
| 22 | 15/05/2018 | ROXY | HANDBAG | 5246286 | N/A | S/ 179.00 |
| 23 | 15/05/2018 | ROXY | BACKPACK | 5263628 | N/A | S/ 179.00 |
| 24 | 15/05/2018 | ROXY | BACKPACK | 5254099 | 1SZ | S/ 179.00 |
| 25 | 15/05/2018 | ROXY | BACKPACK | 5263628 | N/A | S/ 179.00 |
| 26 | 15/05/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5259503 | 28 | S/ 229.00 |
| 27 | 15/05/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5259506 | 34 | S/ 229.00 |
| 28 | 15/05/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5259507 | 36 | S/ 229.00 |
| 29 | 15/05/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5259497 | 28 | S/ 229.00 |
| 30 | 15/05/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5259498 | 30 | S/ 229.00 |
| 31 | 15/05/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5256844 | 36 | S/ 229.00 |
| 32 | 15/05/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5256366 | 36 | S/ 199.00 |
| 33 | 09/06/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5256367 | 38 | S/ 199.00 |
| 34 | 09/06/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5263070 | 32 | S/ 249.00 |
| 35 | 09/06/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5263086 | 32 | S/ 249.00 |
| 36 | 09/06/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5259488 | 28 | S/ 199.00 |
| 37 | 09/06/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5256369 | 30 | S/ 199.00 |
| 38 | 09/06/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5256373 | 34 | S/ 199.00 |
| 39 | 09/06/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5256374 | 36 | S/ 199.00 |
| 40 | 09/06/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5256375 | 38 | S/ 199.00 |
| 41 | 09/06/2018 | QUIKSILVER | JEAN | 5259490 | 28 | S/ 199.00 |
| 42 | 09/06/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268196 | S | S/ 79.90 |
| 43 | 26/06/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5267947 | XL | S/ 79.90 |
| 44 | 26/06/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268395 | XL | S/ 99.90 |
| 45 | 26/06/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268392 | S | S/ 99.90 |
| 46 | 26/06/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268394 | L | S/ 99.90 |

Continuación de la tabla 52

| | | | | | | |
|--------------|------------|------------|----------|---------|-----|-----------------|
| 47 | 26/06/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268199 | XL | S/ 79.90 |
| 48 | 26/06/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268221 | M | S/ 79.90 |
| 49 | 26/06/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268222 | L | S/ 79.90 |
| 50 | 26/06/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268198 | L | S/ 79.90 |
| 51 | 26/06/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268223 | XL | S/ 79.90 |
| 52 | 13/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268342 | L | S/ 99.90 |
| 53 | 13/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268332 | S | S/ 99.90 |
| 54 | 13/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268334 | L | S/ 99.90 |
| 55 | 13/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268335 | XL | S/ 99.90 |
| 56 | 13/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268333 | M | S/ 99.90 |
| 57 | 13/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268333 | M | S/ 99.90 |
| 58 | 21/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268335 | XL | S/ 99.90 |
| 59 | 21/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268333 | M | S/ 99.90 |
| 60 | 21/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268404 | S | S/ 99.90 |
| 61 | 21/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268405 | M | S/ 99.90 |
| 62 | 21/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268406 | L | S/ 99.90 |
| 63 | 21/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268407 | XL | S/ 99.90 |
| 64 | 21/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268393 | M | S/ 99.90 |
| 65 | 21/07/2018 | ROXY | TOP | 5271387 | L | S/ 129.00 |
| 66 | 21/07/2018 | ROXY | HANDBAG | 5263633 | N/A | S/ 129.00 |
| 67 | 21/07/2018 | ROXY | HANDBAG | 5263634 | N/A | S/ 129.00 |
| 68 | 21/07/2018 | ROXY | TOP | 5271380 | M | S/ 129.00 |
| 69 | 21/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268301 | M | S/ 79.90 |
| 70 | 21/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268298 | L | S/ 79.90 |
| 71 | 21/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268309 | M | S/ 79.90 |
| 72 | 21/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268093 | M | S/ 79.90 |
| 73 | 30/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268302 | L | S/ 79.90 |
| 74 | 30/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268093 | M | S/ 79.90 |
| 75 | 30/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268095 | XL | S/ 79.90 |
| 76 | 30/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268299 | XL | S/ 79.90 |
| 77 | 30/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268104 | S | S/ 79.90 |
| 78 | 30/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5270809 | S | S/ 79.90 |
| 79 | 30/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268107 | XL | S/ 79.90 |
| 80 | 30/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5251215 | M | S/ 79.90 |
| 81 | 30/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5270806 | M | S/ 79.90 |
| 82 | 30/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268105 | M | S/ 79.90 |
| 83 | 30/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5242369 | S | S/ 79.90 |
| 84 | 30/07/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5274783 | S | S/ 79.90 |
| 85 | 15/08/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268308 | S | S/ 79.90 |
| 86 | 15/08/2018 | QUIKSILVER | T-SHIRT | 5268289 | M | S/ 79.90 |
| 87 | 15/08/2018 | ROXY | HANDBAG | 5263635 | N/A | S/ 179.00 |
| 88 | 15/08/2018 | ROXY | BACKPACK | 5266122 | N/A | S/ 179.00 |
| 89 | 21/08/2018 | ROXY | BACKPACK | 5254099 | 1SZ | S/ 179.00 |
| 90 | 21/08/2018 | ROXY | BACKPACK | 5254099 | 1SZ | S/ 179.00 |
| 91 | 21/08/2018 | ROXY | BACKPACK | 5263628 | N/A | S/ 179.00 |
| 92 | 21/08/2018 | ROXY | BACKPACK | 5254099 | 1SZ | S/ 179.00 |
| total | | | | | | S/ 11,648.40 |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. La tabla 38 muestra las fechas y los productos que se dañaron en el primer semestre del año comercial 2018, entendiendo que fueron las ventas perdidas en

ese periodo por condiciones inadecuadas del almacenaje y mala manipulación. El monto total es de 11648.40 soles, el cual será incluido en la tabla 39 como productos dañados por las lluvias y mal almacenaje.

Teniendo los datos de la mercadería dañada en el primer semestre del año comercial 2018, se realizó un promedio de las ventas netas perdidas que se podrán recuperar después de la propuesta, de esta manera se incrementara el promedio de ventas, los montos aproximados y promediados de la perdida se muestran resumidos en la tabla 39.

Tabla 53

Promedio de las ventas perdidas 1° semestre comercial 2018

| Ventas perdidas del 1° semestre comercial 2018 | | | |
|---|-------------------------|--|-------------------------|
| Descripción | Marcas afectadas | Productos dañados | Monto de pérdida |
| Por lluvias y mal almacenamiento | Quiksilver, DC y Roxy | T-shirt, shorts, zapatillas, entre otros | S/ 26,900.00 |
| Construcción (fuga de agua) | Quiksilver, DC y Roxy | T-shirt, shorts, zapatillas, entre otros | S/ 15,824.20 |
| Total | | | S/ 42,724.20 |
| Monto recuperado | | | S/ 26,900.00 |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. Se puede detallar en la tabla 39 el total de ventas perdidas por las lluvias, productos mal almacenados y la construcción de nuevas tiendas del primer semestre del año comercial 2018, teniendo en cuenta que el monto que se recuperara en su totalidad es de la mercadería dañada por las lluvias y el mal almacenamiento, debido a que la propuesta del nuevo almacén estará acondicionado para que sea totalmente impermeable y no ocurra más filtraciones de agua, mientras que lo perdido por la construcción no se tomara en cuenta al ser un efecto que no es constante y no se tiene una certeza de que vuelva a ocurrir. El monto recuperado será promediado para poder obtener el monto recuperado del año comercial 2018.

El promedio del monto recuperado se detallará en la tabla 40.

Tabla 54

Promedio de ventas recuperadas del año comercial 2018.

| Promedio de ventas recuperadas del año comercial 2018 | | |
|--|--------------------|-----------------|
| 1° Semestres | 2° Semestre | Promedio |
| S/. 26,900.00 | S/. - | S/. 13,450.00 |

Fuente: elaboración propia.

Se continua con la suma del valor de ventas del año comercial 2018 con el aumento del promedio de las ventas recuperadas del año comercial 2018 que se detalla en la tabla 40.

Valor venta esperado= Valor venta del año comercial 2018 + promedio de ventas recuperada del año comercial 2018.

Valor venta esperado= S/ 95,610.90 + S/ 13,450.00

Valor venta esperado= S/ 109, 060.90

El monto hallado se convertiría en el nuevo valor venta del año comercial 2018, así de esta manera se sigue al cálculo de la nueva productividad.

Cálculo de la nueva productividad

Indicadores de productividad

Productividad M.O

Para poder encontrar la productividad mano de obra se utilizó el nuevo valor de venta del año comercial 2018 obtenido de la suma del monto de la tabla 23 con el promedio del monto recuperado de la tabla 40 el cual será dividido con el costo de la mano de obra previamente detallado en la tabla 21. Aplicando una vez más la fórmula de Morales, (2014) se obtuvo.

$$\text{Productividad M. O} = \frac{\text{Ventas totales}}{\text{Costo mano de obra}}$$

$$\text{Productividad M. O} = \frac{S/ 109,060.90}{S/17,724.13}$$

$$\text{Productividad M. O} = 6.15$$

La productividad M.O hallada nos da a conocer que por cada sol que la empresa invierte en los trabajadores, se vende 5.15 soles. Comparando el resultado actual con la productividad M.O antes de la propuesta, se observa un incremento de 0.76 soles en ventas netas.

Para poder comprender el aumento de la productividad con mayor detalle se realiza un cálculo de regla de tres simples entre la productividad antes de la propuesta con la nueva productividad para obtener los resultados expresados porcentualmente.

P. M.O actual=5.39 → equivalente al 100%

P. M.O propuesta=6.15 → equivalente a X%

$$5.39 * X\% = 6.91 * 100\%$$

$$x\% = \frac{6.15 * 100\%}{5.39}$$

$$x\% = 1.14$$

$$x = 114\%$$

Realizado el cálculo de la productividad M.O se obtiene un aumento del 14%

Productividad H-H

Para realizar el cálculo de la productividad en horas hombre con la propuesta se dividió el nuevo valor ventas del año comercial 2018 presentado anteriormente sobre las h-h totales que están detalladas en la tabla 24.

$$\text{Productividad H-H} = \frac{\text{Ventas totales}}{\text{Total h-h}}$$

$$\text{Productividad H-H} = \frac{S/ 109,060.90}{11520h-h}$$

Productividad H-H= S/9.47 h-h

El cálculo de la nueva productividad H-H con respecto a la anteriormente hallada antes de la propuesta, indica un incremento de venta por cada h-h de 1.17 soles.

Se continua con la aplicación de la regla de tres simples para obtener el aumento porcentualmente.

P.H-H actual= S/8.30 h-h →equivalente al 100%

P.H-H propuesta= S/9.47 h-h→ equivalente a x%

$$S/8.30 \text{ h} - \text{h} * X\% = S/9.47 \text{ h} - \text{h} * 100\%$$

$$x\% = \frac{S/9.47 \text{ h} - \text{h} * 100\%}{S/8.30 \text{ h} - \text{h}}$$

$$x\% = 1.14$$

$$x = 114\%$$

Se observa que tanto en la productividad M.O y H-H hubo un incremento del 14%.

Productividad N° de trabajadores

La siguiente formula fundamentada por Morales, (2014). resume el cálculo utilizado para encontrar la nueva productividad con respecto a total de trabajadores de la empresa.

$$\text{Productividad N}^\circ \text{ de trabajadores} = \frac{\text{Ventas totales}}{\text{Total n}^\circ \text{ de trabajadores}}$$

$$\text{Productividad N}^\circ \text{ de trabajadores} = \frac{S/ 109,060.90}{7 \text{trabajadores}}$$

Productividad N° de trabajadores= S/15,580.13 c/trabajador

El nuevo cálculo de la productividad con respecto al número de trabajadores determina que cada trabajador vende 15580.13 soles en promedio, si es comparado con el resultado antes de la propuesta de mejora se observa un incremento en las ventas de 1921.43 soles por trabajador.

Finalizando el cálculo de la productividad con respecto al número de trabajadores, se compara con la previamente hallada, pero de manera porcentual.

P.N° trabajadores actual= S/13,658.70 c/trabajador → equivalente al 100%

P.N° trabajadores propuesta= S/17,501.56 c/trabajador → equivalente a X%

S/13,658.70 c/trabajador * X% = S/17,501.56 c/trabajador * 100%

$$x\% = \frac{S/17,501.56 \text{ c/trabajador} * 100\%}{S/13,658.70 \text{ c/trabajador}}$$

$$x\% = 1.14$$

$$x = 114\%$$

Finalizando con el caculo porcentual se puede obtener que la productividad N° de trabajadores al igual que las productividades previamente halladas tiene un incremento del 14%, dando a entender que la productividad de la empresa aumenta en un 14% después de realizarse la propuesta de mejora.

3.2.5. Análisis beneficio/costo de la propuesta

Para obtener la relación del índice neto de rentabilidad de la propuesta de investigación realizada en la empresa OYMBRANDS S.A.C. en primera instancia se hizo el cálculo de la productividad fundamentándonos en las ventas netas generadas en el año comercial 2018, obtenida la situación actual de la productividad. se realizaron propuestas que beneficien a incrementar cada área de su gestión logística, aumentando la productividad de ventas y mano de obra.

3.2.5.1. Beneficio de la propuesta

Para desarrollar este cálculo se tomó en cuenta los costos de mercadería perdida o dañada en el último semestre, tomando el monto recuperado estimado y aproximándolo con el incremento de las ventas, también se espera un aumento de ventas de 10000 soles generados por el mejor y más amplio almacenamiento por la propuesta, logrando obtener los beneficios que generaría en la empresa, los que más adelante se dividirán con el costo total de la propuesta.

De esta manera se comparará la situación actual de la empresa con el aumento de ventas esperado por la propuesta de investigación, obteniendo los beneficios esperados.

Se presenta el detalle de compras de un cliente frecuente, donde se podrá apreciar un aproximado de lo que puede llegar a comprar y el monto que se puede aumentar implementando la propuesta de mejora, así lo de talla la tabla 41.

Tabla 55

Compras aproximadas de un cliente frecuente

| Cliente | Productos | Periodo | | | | | | Total |
|-----------------------------------|------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|------------|
| | | mar-18 | abr-18 | may-18 | jun-18 | jul-18 | ago-18 | |
| Claudio Marcelo Asalde Deville | T-SHIRT | | S/159.00 | | S/79.00 | S/79.00 | | |
| Claudio Marcelo Asalde Deville | BOARDSHORT | S/220.00 | | S/518.40 | | S/348.00 | S/238.00 | |
| Claudio Marcelo Asalde Deville | JEAN | | S/179.00 | | S/199.00 | | | |
| Claudio Marcelo Asalde Deville | SHOES | S/199.00 | S/263.10 | | S/308.00 | S/369.00 | | |
| Claudio Marcelo Asalde Deville | BELT | | S/119.00 | | S/96.30 | | S/79.30 | |
| Claudio Marcelo Asalde Deville | SHORT | S/139.00 | | S/159.10 | | | S/249.00 | |
| Sub total | | S/558.00 | S/720.10 | S/677.50 | S/682.30 | S/796.00 | S/566.30 | S/4,000.20 |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. La presente tabla 43 detalla las ventas que se perdieron en los últimos 6 meses de un cliente frecuente debido a las lluvias y el mal almacenaje.

Estos resultados aproximados se muestran en la tabla 44.

Tabla 56*Beneficio semestral esperado de la propuesta*

| Beneficios | | | |
|---------------------------------|-----------------------------------|---------------------------|-------------------------------------|
| Detalle | Situación actual /semestre | Mejora (reducción) | Beneficio estimado(semestre) |
| Mercadería dañada | S/ 42,724.20 | S/ 15,824.20 | S/ 26,900.00 |
| Aumento de mercadería | S/ 15,000.00 | S/ 13,500 .00 | S/ 1,500.00 |
| Ventas | S/ 25,000.00 | S/ 10,000.00 | S/ 15,000.00 |
| Fidelización de nuevos clientes | S/ 4,000.00 | S/ 700.00 | S/ 3,300.00 |
| Total de beneficios | | | S/ 56,700.00 |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. En la tabla 44 se detalla un estimado óptimo de los beneficios que la propuesta generaría a la empresa, se resta la situación actual con el óptimo de la mejora, donde la situación actual detalla todo lo perdido y la mejora se representa por la reducción esperada de la propuesta obteniendo un beneficio de 56700 soles.

3.2.5.2. Costo total de la propuesta

Tomando los costos detallados de cada propuesta de mejora que se muestran en las tablas 36, 37 y 38, realizando un ciclo Deming para la gestión de aprovisionamiento, un análisis ABC y propuesta de Layout en la gestión de almacenamiento, terminando con un plan de marketing en la gestión de distribución. Se presenta el costo total resumido en la tabla 43.

Tabla 57*Resumen de la inversión total de la propuesta de mejora*

| Costo total de la propuesta | | |
|------------------------------------|-----------------|---------------------|
| Detalle | Cantidad | Inversión |
| Ciclo Deming | 1 | S/ 9,090.00 |
| Implementación Layout | 1 | S/ 21,203.06 |
| Máquinas y equipos de almacén | 1 | S/ 2,780.00 |
| Plan de marketing | 1 | S/ 8,820.00 |
| Costos adicionales | | S/ 838.00 |
| Total | | S/ 33,641.06 |

Fuente: elaboración propia.

Comentario. Se presenta en la tabla 41, el total de costos estimados que se requieren para la implementación de la mejora en cada área de la gestión logística en la empresa, siendo la suma total de 33641.06 soles los que se dividirán más adelante con los beneficios que generan.

Realizando la fórmula respectiva del beneficio/costo se obtiene los siguientes resultados.

$$\text{Análisis } B/C = \frac{\text{Beneficio}}{\text{Costo}}$$

$$\text{Análisis } B/C = \frac{S/ 56,700.00}{S/ 33,641.06}$$

$$\text{Análisis} = 1.69$$

De esta manera el resultado muestra que por cada sol invertido en la propuesta de mejora la empresa genera una ganancia de 0.69, dándonos a entender que es un claro indicador de que la propuesta es factible para la empresa.

3.3. Discusión de resultados

En la investigación se desarrolla la explicación de cada plan de acción que sigue la empresa OYMBRANDS S.A.C. para poder ejecutar con cada uno de los servicios que ofrece dentro del rubro retail el cual es al que se dedica. La problemática identificada relaciona claramente a las tres etapas de la gestión logística que viene desarrollando: aprovisionamiento, almacenamiento y distribución. Se sabe que, si uno de los eslabones que compromete a la gestión presenta deficiencias, afectando en la dilatación o inconvenientes de trabajo de todas las actividades ya sea, por falta de métodos de trabajo o, excesos de tiempo al realizar un trabajo.

Según Farro (2018) que realizó una investigación llamada “Propuesta de mejora en la gestión logística de una empresa distribuidora para disminuir devoluciones de mercadería” en Chiclayo, propuso la ficha de productos erróneos la cual cumple la función de la identificación de las 3 principales causas que generan los problemas en la empresa, los cuales son el envío de productos vencidos, envío de productos con averías y envío de productos erróneos posteriormente se aplicó un plan para cada uno de ellos. Como resultado a este estudio se tuvo un resultado de un incremento de ciertos indicadores como el nivel de servicio al cliente y la eficiencia económica, teniendo 7.33%, y 6.63% respectivamente. En la propuesta de investigación realizada se obtuvo un incremento de ventas y un mejor desempeño por parte de los trabajadores, viéndose reflejado en el aumento de la productividad con un 28%.

Lo que concuerda con Valle, (2014), en su investigación titulada “Diseño de un modelo de gestión logística en la empresa MEGAPROFER S.A. de la ciudad de Ambato-Ecuador, para mejorar los niveles de productividad”, en la cual manifiesta que un adecuado modelo de gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución para el uso de los productos en almacén, que permite crecer las categorías de productividad en la empresa en 10%, diseñando rutas de enfoque que favorezcan el proceso de mejora. La investigación desarrollada busca favorecer la productividad mejorándola en un porcentaje no menor a este parámetro, de esta manera se realiza un cálculo para determinar el aumento de productividad en medida porcentual obtenido un incremento de 28% en las tres productividades halladas.

Por otro lado, Cardozo en su tesis “Caracterización y propuesta de mejora en las prácticas de gestión logística en alistamiento y distribución de automóviles nuevos en Colombia, 2016” mejorando la productividad en un 68% a su vez se logró una mejor distribución del almacén mediante el diseño Layout presentando una eficiencia total de 74% lo cual podemos afirmar que el incremento de ventas es de 28% en la empresa, gracias a la mejora de uno de los principales problemas el cual afectaba severamente a la preservación de los productos ya que no contaban con un adecuado almacenamiento .

CAPÍTULO IV:
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

Para la evaluación y diagnóstico de la situación actual de la empresa OYMBrands S.A.C. con respecto a la gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución se utilizaron herramientas de diagnóstico como diagrama de Ishikawa para identificar los problemas en cada área de la gestión logística, a su vez utilizamos el diagrama de Pareto. Todos estos puntos son fundamentales para esquematizar la propuesta de mejora.

En la propuesta con respecto a la gestión de aprovisionamiento se utilizó la herramienta ciclo Deming donde en cada etapa se realizó actividades considerando los puntos críticos de esta parte de la cadena dando soluciones y siguiendo cada uno de los pasos (planificar, hacer, verificar y actuar) la cuales servirían para ser mejorados.

Se diseñó el modelo Layout ya que la empresa no cuenta con una buena distribución en el almacenamiento, a su vez se implementó el análisis ABC el cual sirve para tener un correcto orden en el almacén ubicándolos de tal manera debido a la importancia y salida comercial evitando tiempos largos en búsqueda generando malestar al cliente.

Se proponen mejoras en el servicio al cliente realizando actividades que permitan dar prioridad en todo momento o situación al cliente como es la fidelización o que se sientan identificados con la empresa para ello se propone capacitaciones, generar un protocolo de atención y fortalecer las actividades de promoción y publicidad las cuales traerán grandes beneficios que se verán reflejados en la venta.

Se diseñó un plan de mejora en la gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución lo cual ayudará a aumentar un 14% en la productividad de la empresa OYMBrands S.A.C, la implementación de herramientas son capaces de generar valor a la empresa, optimizar el tiempo, y obtener grandes beneficios; asimismo el recurso humano es un factor importante en una organización es por ello que las capacitaciones benefician en gran medida a la organización para que obtenga los resultados planificados y aumente su productividad.

Se estima que con la aplicación de la propuesta se podría incrementar la productividad de mano de obra en 14%.

Se realizó el cálculo beneficio/costo de propuesta de investigación con la finalidad de poder identificar si dicha propuesta es factible o recomendable para la empresa OYMBrands S.A.C., obteniendo un resultado de 1.69, el que significa que por cada sol invertido en la propuesta de mejora se gana 0.69 céntimos. Entendiendo por esto que todo lo realizado para la investigación contribuirá de manera favorable a la empresa, generándole más ganancias y mejor orden en su gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución.

4.2. Recomendaciones

Se recomienda para la consideración de la mejora las siguientes alternativas:

Un plan de capacitación en proceso de gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución de la empresa OYMBrands S.A.C a todos sus trabajadores para un mejor rendimiento.

Proponer una nueva redistribución de almacén, con la finalidad de mejorar el orden y la preservación de los productos y reduciendo tiempos de búsqueda.

Investigar qué tipos de indicadores apropiados para cada una de las etapas de la gestión logística para el ritmo consecuente de trabajo en la empresa.

La propuesta de mejora se debe controlar y evaluar, se debe retroalimentar cada quince días a través de indicadores, registrando las mejoras quincenales y presentar un resumen de los acontecimientos que surjan durante el día.

Se recomienda desarrollar capacitaciones al personal con respecto ante un reclamo con el objetivo de mantener la buena atención al consumidor y dotar de las herramientas que permitan una buena atención de reclamos oportuna, eficaz y eficiente.

A parte de todo lo propuesto en el trabajo de investigación sería conveniente sugerir el estudio de tiempos en la gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución.

REFERENCIAS

- Álvarez, F. (2011). *Soluciones logísticas para optimizar la cadena de suministro*. (2ª ed.). México: MARGE BOOKS.
- Anaya, J. (2007). *Logística integral: la gestión operativa de la empresa*. (3ª ed.). Madrid: Esic.
- Anónimo, (2017). Encaja acogerá varias novedades logísticas. Revista *Logística profesional*.4(5) Recuperado de <http://www.logisticaprofesional.com/es/notices/2017/05/encaja-acogera-varias-novedades-logisticas-53759.php#.XNo0whRKjcc>
- Ariel, A. (2007). *La cadena de suministro*. Lugar: edición Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=3173606&query=Cadena+de+suministro+>
- Ballou, R. (2004). *Logística administración de la cadena de suministro*. (5ª ed.). México: Pearson Educación
- Biasca, R. (2006). *Movimiento y almacenamiento de materiales*. (1ª ed.). Argentina: Cadepro.
- Bisquerra, R. (2009). *Metodología de la investigación educativa*. (2ª ed.). España: La Muralla.
- Blanco, P. (2013). *UF0033 - Aprovisionamiento y almacenaje en la venta*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=815WDwAAQBAJ&pg=PA104&lpg=PA104&dq=ubicacion+de+los+productos+-Sistema+de+posici%C3%B3n+fija+-#v=onepage&q&f=false>
- Blanding, M. (2018) La vida secreta de las cadenas de suministro. Revista *Logística* 360. Recuperado de <https://logistica360.pe/28222-2/>
- Boron, A. (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. (1ª ed.). Argentina: Clacso.

- Cardozo, J. (2016) *Caracterización y propuesta de mejora en las prácticas de gestión logística en alistamiento y distribución de automóviles nuevos en Colombia, 2016*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Colombia. Bogotá. Colombia.
- Castellanos, A. (2009). *Manual de gestión logística del transporte y distribución de mercancías*. (1ª ed.). Colombia: Uninorte
- Cornejo, M. y León, F. (2017) *Propuesta de mejora para la optimización del desempeño del almacén central de Franco Supermercados 2017*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica San Pablo. Arequipa. Perú.
- Cruz, A. (2017). *Gestión de inventarios*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=5426407&query=control+de+inventarios>
- Cuatrecasas, L. (2012). *Logística gestión de la cadena de suministros*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=3229529&query=gestion+de+almacenes>
- Day, R. (2005). *Como escribir y publicar trabajos científicos*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books/about/Como_Escribir_Y_Publicar_Trabajos_Cienti.html?id=T4mBWF9kqX0C&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- De la Cruz, L., Fornaris, C. y Pravia, M., (2017). Contribución a la logística inversa mediante la implantación de la reutilización por medio de las redes de Petri. *Revista Chilena de ingeniería*. Recuperado de <https://search.proquest.com/docview/1879087166?accountid=39560>
- Falla, N., Becerra, M., (2016). Implementación de voice picking en tareas de alistamiento de un operador logístico en Colombia. *Revista Inventum*. Recuperado de <https://search.proquest.com/central/docview/2018306517/D52F8CE126F44484PQ/2?accountid=39560>
- Farro, D. (2018) *Propuesta de mejora en la gestión logística de una empresa distribuidora para disminuir devoluciones de mercadería*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo. Perú.

- Figueredo, E, Ortiz, A., y Martínez, E. (2017). Sistema de gestión de la información en los almacenes de la empresa constructora de obras de arquitectura e industriales de Granma. *Revista 3C tic*. Recuperado de <https://search.proquest.com/central/docview/1919498769/EE09826B355C4064PQ/2?accountid=39560>
- Flamarique, S. (2017). *Gestión de operaciones de almacenes*. (1ª ed.). Barcelona : Marge Book.
- Gallardo, D. (2007). *Tecnologías de gestión*. (1ª ed.). Argentina: Maipue.
- Gallardo, M. (2019). Simplificación, alma de la modernización. *Revista Logistec*. Recuperado de <https://www.revistalogistec.com/index.php/equipamiento-y-tecnologia/almacenaje/431-almacenaje/3562-simplificacion-alma-de-la-modernizacion>
- Galván, M. (2017). Tottus invierte en centro de producción de alimentos en Perú. *Perú Retail*, (2),1. Recuperado de <https://www.peru-retail.com/tottus-centro-produccion-de-alimentos-chile-peru/>
- García, R. (2005). *Estudio del Trabajo ingeniería de métodos y medición del trabajo*. (2ª ed.). México: McGrawHill.
- Guerrero, H. (2009). *Inventario manejo y control*. (1ª ed.). Bogotá-Colombia: Ecoe.
- Logística 360. (Agosto 07, 2018). Recuperado de <http://logistica360.pe/decisiones-estrategicas-para-la-gestion-de-almacenes-ubicacion-dimensionamiento-y-layout/>
- Mauleon, M. (2003). *Sistemas de almacenaje y picking*. Recuperado de <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=3156879&query=tama%C3%B1o+de+un+almacen>
- Molina. (2014). *Planificación e implementación de un modelo logístico para optimizar la distribución de productos publicitarios en la empresa Letreros Universales S.A.* (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Ecuador
- Mora, L. (2011). *Gestión logística en centros de distribución, bodegas y almacenes*. Recuperado de

[https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=3197508
&query=gestion+de+almacenes](https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=3197508&query=gestion+de+almacenes)

Morales, C. (2014). La medición de la productividad del valor agregado. *Tec. Empresarial*.8(2), 42-45.

Peña, C. (2016). *Manual de transporte para el comercio internacional selección y gestión del transporte para la exportación*. (1ª ed.). Barcelona: Marge Book

Perdiguero, M. (2017). *Diseño y organización del almacén: UF0926*. Recuperado de [https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=5486539
&query=tama%C3%B1o+y+ubicacion+de+un+almacen](https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=5486539&query=tama%C3%B1o+y+ubicacion+de+un+almacen)

Roman, J. (2018). 30% de empresas peruanas tiene una alta eficiencia logística. *El comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/peru/30-empresas-peruanas-alta-eficiencia-logistica-177578>

Saldaña, F. (2018). Deficiencia en la gestión logística en las empresas del norte de Perú. *La República*. Recuperado de <https://larepublica.pe/sociedad/1262187>

Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Batista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. 6ª ed.). España: McGraw-Hill Interamericana de España SL.

Sastra, C. (2009). *Compras e inventarios*. (1ª ed.). Estados Unidos: Díaz de Santos.

Sosa, M., Ramírez, Y. (2005). *Sistema de Herramienta útil Costo para ABC*. Recuperado de [https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=3161547
&query=sistema+abc](https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibsipansp/reader.action?docID=3161547&query=sistema+abc)

Tamayo, M. (2004). *El proceso de la investigación científica*. (4ª ed.). México: Limusa.

Ureta, F. (2010). *Planificación del almacenamiento de los productos de la empresa SQM en el puerto de Tocopilla, con el fin de minimizar los costos*. (1ª ed.). Chile: Editorial ECOE

Valle, V. (2014) *Diseño de un modelo de gestión logística en la empresa MEGAPROFER S.A. de la ciudad de Ambato-Ecuador, para mejorar los niveles de productividad*. (Tesis de pregrado). Universidad Católica del Ecuador. Ambato.Ecuador.

Yuijan, D. (2014) *Mejora del área de logística mediante la implementación de Lean six sigma en una empresa comercial*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional mayor de San Marcos. Perú.

Zapatero, A. (2011). *Manual Gestión de almacén*. Madrid, España: Cep.

ANEXOS

ANEXO 01. Validación de la encuesta



Universidad Señor de Sipán

Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial

FICHA DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: Rivasplata Sánchez Absalón

Grado Académico: Magister

Cargo e Institución: Docente Tiempo Completo

Nombre del instrumento a validar: Encuesta

Autor del instrumento: Ferrejo Diaz Luis, Gonzalez Alon Flavia

Título del Proyecto de Tesis: Análisis de la gestión de aprovisionamiento; almacenamiento y distribución de la empresa OYMBI andis

| Indicadores | Criterios | Calificación | | | |
|--------------|---|--------------|-----------|------------|------------|
| | | Deficiente | Regular | Bueno | Muy bueno |
| | | De 0 a 5 | De 6 a 10 | De 11 a 15 | De 16 a 20 |
| Claridad | Los ítems están formulados con lenguaje apropiado y comprensible | | | 15 | |
| Organización | Existe una organización lógica en la redacción de los ítems | | | | 16 |
| Suficiencia | Los ítems son suficientes para medir los indicadores de las variables | | | | 17 |
| Validez | El instrumento es capaz de medir lo que se requiere | | | | 16 |
| Viabilidad | Es viable su aplicación | | | 15 | |

Valoración

Puntaje: (De 0 a 20) 16

Calificación: (De Deficiente a Muy bueno) Muy Bueno

Observaciones

.....

.....

Fecha: 25/06/2019

Firma: [Firma]

No. Colegiatura: 163595

Universidad Señor de Sipán

Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial

FICHA DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: *Arrascaue Becerra Manuel*
 Grado Académico: *Magister*
 Cargo e Institución: *Director de escuela*
 Nombre del instrumento a validar: *Encuesta*
 Autor del instrumento: *Gonzales Alón Flavia; Fenjo Diaz Luis*
 Título del Proyecto de Tesis: *Análisis de la gestión de
 aprovisionamiento; almacenamiento y distribución de la empresa OYMBRANDS*

| Indicadores | Criterios | Calificación | | | |
|--------------|---|------------------------|----------------------|---------------------|-------------------------|
| | | Deficiente De 0 a 5 | Regular De 6 a 10 | Bueno De 11 a 15 | Muy bueno De 16 a 20 |
| Claridad | Los ítems están formulados con lenguaje apropiado y comprensible | | | ✓ | |
| Organización | Existe una organización lógica en la redacción de los ítems | | | ✓ | |
| Suficiencia | Los ítems son suficientes para medir los indicadores de las variables | | | ✓ | |
| Validez | El instrumento es capaz de medir lo que se requiere | | | ✓ | |
| Viabilidad | Es viable su aplicación | | | 14 | |

Valoración

Puntaje: (De 0 a 20) *14*

Calificación: (De Deficiente a Muy bueno) *bueno*

Observaciones

.....

Fecha: *21/06/19*
 Firma: *[Signature]*
 No. Colegiatura *41882*

Universidad Señor de Sipán

Escuela Académico Profesional de Ingeniería Industrial

FICHA DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS

Apellidos y nombres del experto: LARREA COLCHADO Luis R.
 Grado Académico: MAGISTER
 Cargo e Institución: DOCENTE
 Nombre del instrumento a validar: Encuesta
 Autor del instrumento: Gonzales Alón Flavia, Ferrero Diaz Luis
 Título del Proyecto de Tesis: Análisis de la gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución de la empresa OYMBRANDS

| Indicadores | Criterios | Calificación | | | |
|--------------|---|--------------|-----------|------------|------------|
| | | Deficiente | Regular | Bueno | Muy bueno |
| | | De 0 a 5 | De 6 a 10 | De 11 a 15 | De 16 a 20 |
| Claridad | Los ítems están formulados con lenguaje apropiado y comprensible | | | / | |
| Organización | Existe una organización lógica en la redacción de los ítems | | | / | / |
| Suficiencia | Los ítems son suficientes para medir los indicadores de las variables | | | | / |
| Validez | El instrumento es capaz de medir lo que se requiere | | | / | |
| Viabilidad | Es viable su aplicación | | | | / |

Valoración

Puntaje: (De 0 a 20) 16

Calificación: (De Deficiente a Muy bueno) MUY BUENO

Observaciones

.....

Fecha: 24 Junio - 2019

Firma: [Firma]

No. Colegiatura 20049



ANEXO 02. Encuesta

Evaluación del sistema de gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución actual de la empresa OYMBRANDS

Objetivos: Conocer la situación actual del sistema de gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución actual de la empresa OYMBRANDS.

Instrucciones: Marca con un aspa (X) la respuesta que cree correcta.

| |
|--------------------|
| Fecha: |
| Trabajador: |
| Cargo: |

- Nº **Aprovisionamiento**
- 1 ¿El producto recibido cumple con las especificaciones de calidad?
Si No
 - 2 ¿El producto recibido posee identificación?
A) Nunca
B) A veces
C) Siempre
 - 3 ¿El producto recibido es contabilizado en el sistema?
A) Nunca
B) A veces
C) Siempre
 - 4 ¿Qué problemas más frecuentes son los que se presentan en relación a los pedidos?
A) Retrasos
B) Entrega de productos incorrectos
C) Entrega de productos en mal estado
D) Entrega de productos incompletos
 - 5 ¿Por qué cree que ocurren los problemas más frecuentes en relación con los pedidos?
A) Incumplimiento de pagos
B) Falta de comunicación
C) Malas condiciones de transporte
D) Falta de coordinación
 - 6 ¿Existe control en la recepción de documentos?
A) Nunca
B) A veces
C) Siempre

- Nº **Almacenamiento**
- 1 ¿Los productos están protegidos para evitar golpes, roturas y otros?
Si No
 - 2 ¿Los productos se encuentran protegidos del agua y del sol?
Si No
 - 3 ¿Existe humedad en pisos y paredes?
Si No
 - 4 ¿La ventilación es adecuada?
Si No

5 ¿El espacio de los pasillos permite fácil acceso y maniobrabilidad de los equipos de manejo de productos?

Si No

6 ¿La distribución de los productos permite su rápida ubicación?

Si No

7 ¿La capacidad del almacén es adecuada para el volumen de mercadería que recibe?

Si No

Nº

Despacho

1 ¿El producto despachado es verificado y registrado?

Si No

2 ¿El producto despachado corresponde con el solicitado?

- A) Nunca
- B) A veces
- C) Siempre

3 ¿La empresa realiza capacitaciones a su personal?

- A) Nunca
- B) A veces
- C) Siempre

4 ¿La empresa se preocupa por la atención al cliente?

- A) Nunca
- B) A veces
- C) Siempre

Evaluación del sistema de gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución actual de la empresa OYMBRANDS

Objetivos: Conocer la situación actual del sistema de gestión de aprovisionamiento, almacenamiento y distribución actual de la empresa OYMBRANDS.

Instrucciones: Marca con un aspa (X) la respuesta que cree correcta.

| |
|--------------------|
| Fecha: |
| Trabajador: |
| Cargo: |

- Nº** **Aprovisionamiento**
- 1 ¿El producto recibido cumple con las especificaciones de calidad?
Si No
- 2 ¿El producto recibido posee identificación?
A) Nunca
B) A veces
C) Siempre
- 3 ¿El producto recibido es contabilizado en el sistema?
A) Nunca
B) A veces
C) Siempre
- 4 ¿Qué problemas más frecuentes son los que se presentan en relación a los pedidos?
A) Retrasos
B) Entrega de productos incorrectos
C) Entrega de productos en mal estado
D) Entrega de productos incompletos
- 5 ¿Por qué cree que ocurren los problemas más frecuentes en relación con los pedidos?
A) Incumplimiento de pagos
B) Falta de comunicación
C) Malas condiciones de transporte
D) Falta de coordinación
- 6 ¿Existe control en la recepción de documentos?
A) Nunca
B) A veces
C) Siempre

- Nº** **Almacenamiento**
- 1 ¿Los productos están protegidos para evitar golpes, roturas y otros?
Si No
- 2 ¿Los productos se encuentran protegidos del agua y del sol?
Si No
- 3 ¿Existe humedad en pisos y paredes?
Si No
- 4 ¿La ventilación es adecuada?
Si No

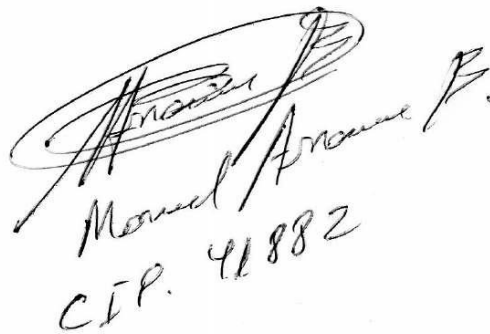


- 5 ¿El espacio de los pasillos permite fácil acceso y maniobrabilidad de los equipos de manejo de productos?
Si No
- 6 ¿La distribución de los productos permite su rápida ubicación?
Si No
- 7 ¿La capacidad del almacén es adecuada para el volumen de mercadería que recibe?
Si No


Nº

Despacho

- 1 ¿El producto despachado es verificado y registrado?
Si No
- 2 ¿El producto despachado corresponde con el solicitado?
A) Nunca
B) A veces
C) Siempre
- 3 ¿La empresa realiza capacitaciones a su personal?
A) Nunca
B) A veces
C) Siempre
- 4 ¿La empresa se preocupa por la atención al cliente?
A) Nunca
B) A veces
C) Siempre


Manuel Arroyave P.
C.I.P. 41882

ANEXO 03. Autorización para el recojo de información

| | | | |
|---|---|----------|----------|
|  | SISTEMA DE GESTIÓN DE LA CALIDAD - USS | | |
| | GUÍA | Código: | F-PC-USS |
| | DE PRODUCTOS ACREDITABLES DE LAS ASIGNATURAS DE INVESTIGACIÓN | Versión: | 00 |
| Hoja: | | 53 de 52 | |

MODELO DE AUTORIZACIÓN PARA EL RECOJO DE INFORMACIÓN

Ciudad, 09 de junio de 2021

Quien suscribe:

Sr.

Representante Legal empresa: OYMBrands S.A.C

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación, denominado: "GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTO, ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN PARA INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA OYMBRANDS S.A.C. 2019"

Por el presente, el que suscribe, señor: José Quintos Huamán, representante legal de la empresa OYMBrands S.A.C AUTORIZO a los alumnos: Luis Felipe Fejoo Díaz y Flavia Gonzales Alón identificado con DNI: 74820099, 72248396 estudiantes de la Escuela Profesional de Ingeniería industrial, y autores del trabajo de investigación denominado: "GESTIÓN DE APROVISIONAMIENTO, ALMACENAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN PARA INCREMENTAR LA PRODUCTIVIDAD EN LA EMPRESA OYMBRANDS S.A.C. 2019", al uso de dicha información que conforma el expediente técnico, así como hojas de memorias, cálculos entre otros como planos para efectos exclusivamente académicos de la elaboración de tesis de ingeniería industrial, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Atentamente.


OYM
BRANDS
José Quintos Huamán

Nombre y Apellidos: José Quintos Huamán

DNI N°: 44519552

Cargo de la empresa: ADMINISTRADOR

- 5 ¿El espacio de los pasillos permite fácil acceso y maniobrabilidad de los equipos de manejo de productos?
 Si No
- 6 ¿La distribución de los productos permite su rápida ubicación?
 Si No
- 7 ¿La capacidad del almacén es adecuada para el volumen de mercadería que recibe?
 Si No

Nº

Despacho

- 1 ¿El producto despachado es verificado y registrado?
 Si No
- 2 ¿El producto despachado corresponde con el solicitado?
 A) Nunca
 B) A veces
 C) Siempre
- 3 ¿La empresa realiza capacitaciones a su personal?
 A) Nunca
 B) A veces
 C) Siempre
- 4 ¿La empresa se preocupa por la atención al cliente?
 A) Nunca
 B) A veces
 C) Siempre

