



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA



**PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS
EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN
Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. ROSALINDA ERICA ARCANA APAZA

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO

JULIACA – PERÚ

2023



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS

ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

**PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS
EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN
Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. ROSALINDA ERICA ARCANA APAZA

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE

:


M. Sc. JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA

PRIMER MIEMBRO

:


Dr. RICHARD CONDORI CRUZ

SEGUNDO MIEMBRO

:


Dr. OSCAR GONZALO APAZA PEREZ

ASESOR DE TESIS

:


Mtro. RAMIRO ARTURO RODRIGUEZ SARAVIA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN :

ORGANIZACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS – P25

**"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"****RESOLUCIÓN N° 888-2023-D-FIS-UANCV-J**

Juliaca, 05 de diciembre del 2023

VISTOS; El expediente N° 2023-CU-16705 (fecha y hora de sustentación) y el expediente N° 2023-CU-16703 (Titulo), la RESOLUCIÓN N° 684-2023-D-FIS-UANCV que aprueba el Borrador de Tesis y el DICTAMEN N° 337-2023-OI-VRI DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN presentado por el (la) bachiller, **ARCANA APAZA, ROSALINDA ERICA** quien solicita FECHA Y HORA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS, titulado: **PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT** conducente a la obtención del Título Profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO** por la modalidad de Sustentación de Tesis,

**CONSIDERANDO:**

Que el 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud califico el brote del coronavirus (COVID-19) como una pandemia al haberse extendido en varios países del mundo de manera simultánea;

Que, a través del Decreto Supremo N° 44-2020-PCM, el poder Ejecutivo declaro estado de emergencia nacional ampliado temporalmente mediante los Decretos Supremos N° 051-2020-PCM, N° 064-2020-PCM, N° 075-2020-PCM, N° 083-2020-PCM, N° 094-2020-PCM, N° 116-2020-PCM, N° 135-2020-PCM, N° 146-2020-PCM, N° 156-2020-PCM; y precisado o modificado por los Decretos Supremos N° 045-2020-PCM, N° 046-2020-PCM, N° 051-2020-PCM, N° 053-2020-PCM, N° 057-2020-PCM, N° 058-2020-PCM, N° 061-2020-PCM, N° 063-2020-PCM, N° 064-2020-PCM, N° 068-2020-PCM, N° 072-2020-PCM, N° 083-2020-PCM, N° 094-2020-PCM, N° 116-2020-PCM, N° 129-2020-PCM, N° 135-2020-PCM, N° 139-2020-PCM, N° 146-2020-PCM, N° 151-2020-PCM, N° 156-2020-PCM, N° 162-2020-PCM, N° 165-2020-PCM, N° 170-2020-PCM, N° 174-2020-PCM, N° 184-2020-PCM y finalmente con el Decreto Supremo N° 201-2020-PCM se prorroga el estado de emergencia nacional por el plazo de treinta y un (31) días calendario a partir del viernes 01 de enero del 2021, por las graves circunstancias que afectan la vida de las personas a consecuencia de la COVID-19. Todo dentro del marco de la emergencia sanitaria declarada a nivel nacional con el Decreto Supremo N° 008-2020-SA, prorrogada por Decreto Supremo N° 020-2020-SA y N° 027-2020-SA, finalmente con el Decreto Supremo N° 031-2020-SA, a partir del 07 de diciembre de 2020 por un plazo de noventa (90) días de calendario;

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220 y sus modificatorias, al Estatuto Universitario y al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" de Juliaca y de la Facultad de

**"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"**

Ingeniería de Sistemas, para la nominación de jurados mediante sorteo del mismo modo programar la fecha y hora de sustentación de tesis.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- NOMINAR Jurados para la Sustentación de Tesis del tema titulado: **PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT** presentado por el (la) bachiller: **ARCANA APAZA, ROSALINDA ERICA**, para optar el Título Profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO** habiéndose designado por sorteo a la siguiente terna de jurados:

- Presidente : M. SC. JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA
- 1er. Miembro : DR. RICHARD CONDORI CRUZ
- 2do. Miembro : DR. OSCAR GONZALO APAZA PEREZ
- Asesor de Tesis : MTRO. RAMIRO ARTURO RODRÍGUEZ SARAVIDA

SEGUNDO.- PROGRAMAR la Fecha y Hora de Sustentación de Tesis para el día **JUEVES, 07 DE DICIEMBRE DEL 2023**, a horas **11:00 a.m.** hora exacta.

TERCERO.- El acto académico de sustentación se llevará a cabo a través de la plataforma de video conferencia Cisco Webex Meetings.

CUARTO.- Realizada la Sustentación de Tesis, el Presidente de la terna de jurados levantará y firmará el Acta de Sustentación de Tesis, en el cual se consignará el resultado obtenido por el (la) Bachiller sustentante, del mismo modo firmaran los otros dos miembros de jurado y asesor de tesis, dando conformidad al acto.

QUINTO.- La Dirección de la Escuela Profesional de Ingeniería Empresarial e Informática, el Jurado y el Presidente de la Comisión de Grados y Títulos, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO

**RESOLUCIÓN N° 684-2023-D-FIS-UANCV**

Jullaca, 07 de noviembre del 2023

VISTOS; el Expediente N° 2023-CU-05189 y el Acta de Aprobación de Borrador de Tesis de fecha 06 de noviembre del 2023 y la RESOLUCIÓN N° 623-2023-D-FIS-UANCV que aprueba el Perfil de Tesis de fecha 20 de octubre del 2023, presentado por el (la) Bachiller: **ARCANA APAZA, ROSALINDA ERICA** con el tema titulado: **PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT**, para optar el Título Profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**.

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bachiller **ARCANA APAZA, ROSALINDA ERICA**, ha presentado su Borrador de Tesis titulado: **PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT**, para optar el Título Profesional de **INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**.

Que, habiendo procedido de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y el Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, nominó como Jurados a los siguientes Docentes:

- Presidente : M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
- 1er. Miembro : Dr. Richard Condori Cruz
- 2do. Miembro : Dr. Oscar Gonzalo Apaza Perez
- Asesor de Tesis : Mtro. Ramiro Arturo Rodriguez Saravia

Que, la terna de jurados ha aprobado en su integridad el Borrador de Tesis titulado: **PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT**.

Estando en la opinión favorable del Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, en concordancia al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria 30220, Ley de Creación de la UANCV 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto Modificado de la UANCV.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR EL BORRADOR DE TESIS, presentado por el (la) Bachiller: **ARCANA APAZA, ROSALINDA ERICA**, con el tema titulado: **PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT**, quedando apto para tramitar el Dictamen de Originalidad de Trabajo de Investigación y posteriormente solicitar la Fecha y Hora de Sustentación de Tesis previa presentación de los requisitos correspondientes según lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV, la misma que conducirá a la obtención del **TÍTULO PROFESIONAL DE INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO**

ARTÍCULO SEGUNDO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y el Secretario Académico de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.

UNIVERSIDAD ANDINA "NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO

**RESOLUCIÓN N° 623-2023-D-FIS-UANCV**

Juliaca, 20 de octubre del 2023

VISTOS; el Expediente N° 2023-CU-13944 de fecha 20 de octubre del 2023, presentado por el (la) Bachiller **ARCANA APAZA, ROSALINDA ERICA** quien ha solicitado CAMBIO DE ASESOR DEL PERFIL DE TESIS, asignado con RESOLUCIÓN N° 498-2023-D-FIS-UANCV de fecha .

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bachiller **ARCANA APAZA, ROSALINDA ERICA**, ha presentado su Perfil de Tesis titulado: **PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT**, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO.

Que, con RESOLUCIÓN N° 498-2023-D-FIS-UANCV de fecha se aprobó el Perfil de Tesis titulado: **PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT**, con la siguiente terna de jurados:

- Presidente : M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
- 1er. Miembro : Dr. Richard Condori Cruz
- 2do. Miembro : Dr. Oscar Gonzalo Apaza Perez
- Asesor de Tesis : M. Sc. Juan Carlos Pinto Larico

Estando en la opinión favorable del Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, en concordancia al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria 30220, Ley de Creación de la UANCV 23738 y modificatoria; y el Estatuto Modificado 2020 de la UANCV aprobado con Resolución N° 0018-2020-UANCV-AU-R.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR el CAMBIO DE ASESOR DEL PERFIL DE TESIS, de (l) (la) Bachiller: ARCANA APAZA, ROSALINDA ERICA, del tema de tesis titulado: PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT, considerándose a partir de la fecha los siguientes Jurados y Asesor de Tesis:

- Presidente : M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
- 1er. Miembro : Dr. Richard Condori Cruz
- 2do. Miembro : Dr. Oscar Gonzalo Apaza Perez
- Asesor de Tesis : Mtro. Ramiro Arturo Rodriguez Saravia

ARTÍCULO SEGUNDO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y el Secretario Académico de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"M.Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO

**RESOLUCIÓN N° 498-2023-D-FIS-UANCV**

Juliaca, 25 de setiembre del 2023

VISTOS, el Expediente N° 2023-CU-000622, y la copia del Acta de Aprobación de Perfil de Tesis de fecha 18 de setiembre del 2023, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO, presentado por el (la) Bachiller: **ARCANA APAZA, ROSALINDA ERICA** con el tema titulado: **PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUYT**.

CONSIDERANDO:

Que, el (la) Bachiller **ARCANA APAZA, ROSALINDA ERICA**, ha presentado su Perfil de Tesis titulado: **PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUYT**, para optar el Título Profesional de INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO.

Que, habiendo procedido de acuerdo al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y el Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, nominó como Jurados a los siguientes Docentes:

- Presidente : M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
- 1er. Miembro : Dr. Richard Condori Cruz
- 2do. Miembro : Dr. Oscar Gonzalo Apaza Perez
- Asesor de Tesis : M. Sc. Juan Carlos Pinto Larico

Que, la terna de jurados ha aprobado en su integridad el Perfil de Tesis titulado: **PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUYT**, procediendo con el levantamiento de Acta y firma de Aprobación correspondiente.

Estando en la opinión favorable del Presidente de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, en concordancia al Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria 30220, Ley de Creación de la UANCV 23738 y Modificatoria N° 24661 y el Estatuto Modificado de la UANCV.

SE RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- APROBAR EL PERFIL DE TESIS, presentado por el (la) Bachiller: **ARCANA APAZA, ROSALINDA ERICA**, con el tema titulado: **PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUYT**, quedando apto para el desarrollo y presentación del Borrador de Tesis según lo establecido en el Reglamento de Grados y Títulos de la UANCV.

ARTÍCULO SEGUNDO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ingeniería de Sistemas y el Secretario Académico de la Facultad de Ingeniería de Sistemas, quedan encargados del cumplimiento de la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Archívese.

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
M. Sc. Juan Carlos Herrera Miranda
DECANO



PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT

INFORME DE ORIGINALIDAD

25%

INDICE DE SIMILITUD

11%

FUENTES DE INTERNET

2%

PUBLICACIONES

20%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	18%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
3	www.coursehero.com Fuente de Internet	1%
4	repositorio.bde.es Fuente de Internet	1%
5	www.developers.dev Fuente de Internet	<1%
6	Submitted to National University College - Online Trabajo del estudiante	<1%
7	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante	<1%



Metadatos complementarios

Título de la Tesis	
PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	ROSALINDA ERICA ARCANA APAZA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	70405155
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0005-4173-4144
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	RAMIRO ARTURO RODRIGUEZ SARAVIA
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	80417269
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0001-5312-3651
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	JUAN CARLOS HERRERA MIRANDA
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	29606930
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	RICHARD CONDORI CRUZ
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02442917
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	OSCAR GONZALO APAZA PÉREZ
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	42431259



Datos de investigación	
Línea de investigación	Organización y Dirección de Empresas – P25
Grupo de investigación	No aplica.
Agencia de financiamiento	Sin financiamiento.
Ubicación geográfica de la investigación	<p>País: Perú Departamento: Puno Provincia: San Román Distrito: Juliaca EMPRESA KIUT Jr. Texas 426 Coordenadas: Latitud: 15°48'29"S Longitud: 70°13'94"O</p> <p>URL Maps: https://maps.app.goo.gl/CsYVv4CKBd6PyeZz5</p>
Año o rango de años en que se realizó la investigación	Julio 2023 – Diciembre 2023
URL de disciplinas OCDE https://concytec-pe.github.io/Peru-CRIS/vocabularios/ocde_ford.html - Librería	<p>Ingeniería de sistemas y comunicaciones https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.02.04</p> <p>Ingeniería de procesos https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#2.04.02</p>



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo ROSALINDA ERICA ARCANA APAZA, identificado con DNI
Nro. 70405155, en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional**
 Programa de Segunda Especialidad,
 Programa de Maestría o Doctorado

INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

informo que he elaborado el/la **Tesis** o **Trabajo de Investigación**, **Trabajo Académico**
denominada:

PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA
DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT

Asesorado por: Mtro. RAMIRO ARTURO RODRIGUEZ SARAVIA

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 11 de ABRIL del 2024



Firma del Asesor
(obligatoria)



Firma del Estudiante
(obligatoria)



Huella



ÍNDICE DE CONTENIDOS:

ÍNDICE DE TABLAS: iv

ÍNDICE DE FIGURAS: v

RESUMEN vii

ABSTRACT ix

INTRODUCCIÓN xi

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Planteamiento del Problema 1

 1.1.1. Problema General: 3

 1.1.2. Problemas Específicos: 3

1.2. Objetivos de la Investigación 4

 1.2.1. Objetivo General: 4

 1.2.2. Objetivos Específicos: 4

1.3. Justificación del Estudio 4

1.4. Hipótesis 6

 1.4.1. Hipótesis General: 6

 1.4.2. Hipótesis Especificas: 6

1.5. Variables 6

 1.5.1. Independientes: 6

 1.5.2. Dependientes: 7

 1.5.3. Operacionalización de Variables: 7



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación.....	8
2.2. Marco teórico	9
2.2.1. Planificación de recursos empresariales (ERP)	9
2.2.2. Distribución y ventas	14
2.2.3. Despacho y distribución.....	17
2.2.4. Facturación.....	22
2.2.5. La planificación de recursos empresariales en la distribución y ventas de las empresas de servicios	24
2.3. Marco conceptual	26

CAPÍTULO III

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la investigación.....	28
3.2. Método de la investigación.....	28
3.3. Población y muestra	28
3.3.1. Población	28
3.3.2. Muestra	28
3.4. Técnicas, fuentes e instrumentos de investigación para la recolección de datos	29
3.5. Validación de la contrastación de hipótesis	29
3.6. Validez y confiabilidad del instrumento	29
3.7. Plan de recolección y procesamiento de datos	29



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Mapa de interacciones de los procesos..... 30

4.2. Proceso de gestión de ventas 31

 4.2.1. Actual..... 31

 4.2.2. Futura 36

4.3. Desarrollo de los resultados 41

CONCLUSIONES 48

RECOMENDACIONES..... 49

BIBLIOGRAFÍA 50

ANEXOS 51



ÍNDICE DE TABLAS:

Tabla 1 operacionalización de variables	7
Tabla 2 promedio de indicadores (AS - IS)	44
Tabla 3 resultados AS -IS de periodo abril a septiembre	44
Tabla 4 promedio de indicadores (TO - BE).....	45
Tabla 5 resultados TO - BE de periodo abril a septiembre	45



ÍNDICE DE FIGURAS:

Figura 1 mapa de interacciones de los procesos (modelo AS - IS)..... 3
3

Figura 2 proceso de gestión de ventas creación de clientes (AS - IS)..... 3
4

Figura 3 proceso de gestión de ventas creación de campañas (AS - IS)..... 3
5

Figura 4 proceso de gestión de ventas registro de pedidos (AS - IS)..... 3
7

Figura 5 desarrollo de las incidencias de las ventas(AS - IS)..... 3
8

Figura 6 proceso de gestión de ventas (creación de nuevos clientes)..... 3
9

Figura 7 proceso de gestión de ventas (creación de campañas) 4
0

Figura 8 Proceso de gestión ventas (registro de pedido)..... 4
2

Figura 9 desarrollo de incidencias según número de pedidos (TO - BE)..... 4
3

Figura 10 desarrollo de incidencias de la gestión de ventas (venta)..... 4
7

Figura 11 desarrollo de incidencias de la gestión de ventas (venta según producto incorrecto)..... 4
7

Figura 12 desarrollo de incidencias de la gestión de ventas (venta según precio



incorrecto)..... 4
8

Figura 13 desarrollo de incidencias de la gestión de ventas (venta según stock no disponible). 4
8

Figura 14 desarrollo de incidencias del despacho y distribución (entregas) 4
9

Figura 15 desarrollo de incidencias del despacho y distribución (entregas según retraso). 4
9

Figura 16 desarrollo de incidencias del despacho y distribución (entregas según entregas incompletas)..... 5
0

Figura 17 desarrollo de incidencias de la facturación (facturación)..... 5
1



RESUMEN

Este estudio presenta una propuesta detallada para implementar un sistema de Planificación de Recursos Empresariales (ERP) específicamente diseñado para optimizar los procesos de distribución y venta en una empresa. El objetivo principal es mejorar la eficiencia operativa, la toma de decisiones y la visibilidad en toda la cadena de suministro y el ciclo de venta.

La propuesta se fundamenta en un análisis exhaustivo de los desafíos actuales que enfrenta la empresa en términos de gestión de inventario, coordinación logística y seguimiento de ventas. Se propone la adopción de un sistema ERP personalizado que integre módulos especializados para áreas clave, como gestión de inventario, logística, ventas, finanzas y análisis de datos.

El sistema ERP permitirá una planificación más efectiva de la demanda al sincronizar automáticamente los datos de ventas con el inventario disponible, lo que reducirá los niveles de inventario excesivos y las rupturas de stock. Además, la funcionalidad de gestión de pedidos optimizará los procesos de toma de pedidos, empaquetado y envío, mejorando la satisfacción del cliente al garantizar entregas precisas y a tiempo.

La propuesta también hace hincapié en la importancia de la integración de canales de venta, como tiendas físicas y plataformas de comercio electrónico, dentro del sistema ERP. Esto permitirá una visión unificada de todas las ventas y transacciones, lo que facilitará la identificación de tendencias y patrones de compra, así como la personalización de estrategias de marketing.

Además, se sugiere la inclusión de herramientas analíticas para el seguimiento de indicadores clave de rendimiento (KPI) en tiempo real. Esto ayudará a los directivos a tomar decisiones informadas basadas en datos y a realizar ajustes ágiles en la estrategia en función de la información obtenida del sistema ERP.



La propuesta de Planificación de Recursos Empresariales para la Distribución y Venta tiene como objetivo mejorar la eficiencia, la colaboración y la toma de decisiones en los procesos de distribución y venta de la empresa. La implementación exitosa de este sistema ERP personalizado proporcionará una ventaja competitiva al permitir una gestión más eficaz de los recursos, una mayor satisfacción del cliente y una adaptación más rápida a las cambiantes condiciones del mercado.

Palabras claves: ERP, Distribución, Ventas, Procesos.



ABSTRACT

This study presents a detailed proposal to implement an Enterprise Resource Planning (ERP) system specifically designed to optimize distribution and sales processes in a company. The main objective is to improve operational efficiency, decision making and visibility throughout the supply chain and sales cycle.

The proposal is based on an exhaustive analysis of the current challenges facing the company in terms of inventory management, logistics coordination and sales monitoring. The adoption of a custom ERP system that integrates specialized modules for key areas such as inventory management, logistics, sales, finance, and data analysis is proposed.

The ERP system will enable more effective demand planning by automatically synchronizing sales data with available inventory, which will reduce excessive inventory levels and stock-outs. In addition, the order management functionality will streamline order taking, packing and shipping processes, improving customer satisfaction by ensuring accurate and on-time deliveries.

The proposal also emphasizes the importance of integrating sales channels, such as physical stores and e-commerce platforms, within the ERP system. This will allow a unified vision of all sales and transactions, which will facilitate the identification of trends and purchasing patterns, as well as the personalization of marketing strategies.

In addition, the inclusion of analytical tools for monitoring key performance indicators (KPI) in real time is suggested. This will help managers make informed decisions based on data and make agile adjustments to the strategy based on the information obtained from the ERP system.

The Business Resource Planning for Distribution and Sales proposal aims to improve efficiency, collaboration and decision-making in the company's distribution and sales



processes. The successful implementation of this custom ERP system will provide a competitive advantage by enabling more effective resource management, higher customer satisfaction, and faster adaptation to changing market conditions.

Keywords: ERP, Distribution, Sales, Processes.



INTRODUCCIÓN

En un entorno empresarial cada vez más competitivo y dinámico, la optimización de los procesos de distribución y venta se ha convertido en una prioridad estratégica para las organizaciones que buscan mantener su relevancia y crecimiento en el mercado. La correcta gestión de recursos, la eficiencia operativa y la capacidad de tomar decisiones informadas son elementos cruciales para alcanzar el éxito en este contexto. En este sentido, el presente estudio tiene como objetivo presentar una propuesta integral de Planificación de Recursos Empresariales (ERP) diseñada específicamente para abordar los desafíos inherentes a la distribución y venta en el entorno empresarial actual.

La distribución y venta efectivas implican una serie de desafíos complejos, que van desde la gestión óptima del inventario y la logística hasta la personalización de la experiencia del cliente. Estas áreas están interconectadas en la cadena de suministro y desempeñan un papel crucial en la percepción del cliente sobre la marca y en la capacidad de la empresa para adaptarse a las cambiantes tendencias del mercado. La falta de una visión integrada y centralizada de estos procesos puede resultar en ineficiencias, pérdida de oportunidades y una experiencia de la cliente insatisfactoria.

La adopción de un sistema ERP se presenta como una solución clave para abordar estos desafíos de manera efectiva. Un sistema ERP bien implementado ofrece una plataforma única que integra y automatiza diversos procesos empresariales, desde la gestión de inventario y pedidos hasta la administración financiera y el análisis de datos. Esta integración permite una visión panorámica de la empresa, facilitando la toma de decisiones fundamentadas y la identificación de áreas de mejora en tiempo real.

En este contexto, el presente estudio propone un enfoque estratégico y detallado para la



implementación de un sistema ERP adaptado a las necesidades específicas de la distribución y venta. Se explorarán los componentes clave de este sistema, incluyendo la gestión de inventario, la coordinación logística, la integración de canales de venta y el análisis de datos en tiempo real. Además, se examinarán los beneficios potenciales que esta propuesta puede aportar a la empresa, desde la mejora en la eficiencia operativa hasta la optimización de la satisfacción del cliente.

A lo largo de este estudio, se profundizará en los aspectos técnicos, funcionales y estratégicos de la propuesta de Planificación de Recursos Empresariales para la Distribución y Venta. La implementación exitosa de esta propuesta no solo puede transformar la forma en que la empresa gestiona sus operaciones, sino que también puede potenciar su capacidad para adaptarse y prosperar en un entorno empresarial en constante evolución.



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Planteamiento del Problema

La problemática en las áreas de planificación de recursos empresariales en la distribución y venta se refiere a los desafíos y obstáculos que enfrentan las empresas al intentar gestionar de manera eficiente y efectiva sus procesos de distribución y venta a través de la implementación de sistemas de Planificación de Recursos Empresariales (ERP). Estos desafíos pueden variar según la industria y el tamaño de la empresa, pero algunos de los problemas comunes incluyen:

- **Gestión de Inventarios Ineficiente:** Las empresas a menudo luchan por mantener un equilibrio adecuado entre el nivel de inventario y la demanda de los clientes. El exceso de inventario puede resultar en costos de almacenamiento innecesarios, mientras que una falta de inventario puede llevar a la pérdida de ventas y la insatisfacción del cliente.
- **Falta de Visibilidad de la Cadena de Suministro:** La falta de visibilidad en tiempo real a lo largo de toda la cadena de suministro puede dificultar la toma de decisiones informadas. Las empresas pueden enfrentar retrasos en la producción, problemas de disponibilidad de productos y dificultades para anticipar cambios en la demanda.



- **Coordinación Logística Deficiente:** La distribución eficiente de productos implica la coordinación de diversas operaciones logísticas, como la planificación de rutas, la gestión de almacenes y el seguimiento de envíos. Los problemas en la coordinación logística pueden resultar en entregas tardías, costos adicionales y clientes insatisfechos.
- **Complejidad en la Gestión de Pedidos:** El proceso de gestión de pedidos puede volverse complicado cuando se manejan múltiples canales de venta, lo que lleva a la posibilidad de errores en la toma de pedidos, la asignación de inventario y la facturación.
- **Integración de Canales de Venta:** Las empresas que operan tanto en tiendas físicas como en plataformas de comercio electrónico a menudo enfrentan dificultades para integrar de manera efectiva los datos y procesos de ambos canales. Esto puede llevar a problemas de inventario desactualizado y a una experiencia inconsistente para el cliente.
- **Falta de Datos Analíticos en Tiempo Real:** La falta de análisis de datos en tiempo real puede obstaculizar la capacidad de la empresa para identificar tendencias de ventas, pronosticar la demanda y tomar decisiones basadas en datos con agilidad.
- **Resistencia al Cambio:** La implementación de sistemas ERP implica cambios en las rutinas y procesos de trabajo establecidos, lo que puede encontrarse con resistencia por parte de los empleados que deben adaptarse a nuevas formas de trabajar.
- **Necesidad de Personalización:** Los sistemas ERP deben adaptarse a las



necesidades específicas de la empresa para ser efectivos. La personalización de los sistemas puede ser compleja y costosa.

- **Inversión Financiera y Tiempo:** La implementación y el mantenimiento continuo de sistemas ERP representan inversiones financieras y de tiempo que algunas empresas pueden considerar como obstáculos.
- **Actualización y Mantenimiento Continuo:** La necesidad de mantener el sistema ERP actualizado y funcionando sin problemas puede requerir recursos adicionales y ser un desafío constante.

Podemos decir que la problemática en las áreas de planificación de recursos empresariales en la distribución y venta gira en torno a la complejidad de coordinar operaciones, la necesidad de integrar datos y procesos, la adaptación a nuevos sistemas y la gestión eficiente de inventarios para satisfacer las demandas cambiantes del mercado y garantizar una experiencia positiva para el cliente.

1.1.1. Problema General:

- ¿Cómo la propuesta de la planificación de recursos empresariales para la distribución y ventas de la empresa kiut influye en el nivel del servicio?

1.1.2. Problemas Específicos:

- ¿Cómo el desarrollo de la gestión del proceso de ventas perjudica el nivel del servicio?
- ¿Cómo el desarrollo de la distribución y despacho influye en el nivel del servicio?
- ¿Cómo el desarrollo de la facturación influirá en el servicio?



1.2. Objetivos de la Investigación

1.2.1. *Objetivo General:*

- Desarrollar una propuesta de la planificación de recursos empresariales para la distribución y ventas de la empresa kiut que influya en el nivel del servicio

1.2.2. *Objetivos Específicos:*

- Plantear una mejora en la gestión del proceso de ventas que ayude en el nivel del servicio
- Plantear una mejora en el desarrollo de la distribución y despacho que ayude en el nivel del servicio
- Plantear el desarrollo de la facturación que ayude en el desempeño del mejor servicio

1.3. Justificación del Estudio

En un entorno empresarial altamente competitivo y en constante evolución, la eficiencia y efectividad en los procesos de distribución y venta son críticas para el éxito y la supervivencia de las organizaciones. La implementación de sistemas de Planificación de Recursos Empresariales (ERP) se ha convertido en una estrategia fundamental para abordar los desafíos operativos y logísticos que enfrentan las empresas en estas áreas. La justificación para estudiar la problemática en estas áreas radica en la necesidad de comprender a fondo los obstáculos que las empresas enfrentan al implementar y operar sistemas ERP, así como en la importancia de buscar soluciones efectivas para optimizar estos procesos vitales.

Mejora de la Eficiencia Operativa: Un sistema ERP bien implementado puede racionalizar los procesos internos, reduciendo la duplicación de tareas, minimizando los errores y mejorando la productividad de los empleados.



Estudiar las problemáticas actuales en las áreas de distribución y venta permitirá identificar las ineficiencias y los cuellos de botella, abriendo la puerta a mejoras que aumentarán la eficiencia operativa.

Optimización de la Experiencia del Cliente: La planificación adecuada de la distribución y venta tiene un impacto directo en la experiencia del cliente. La identificación y resolución de problemas en la gestión de pedidos, disponibilidad de productos y tiempos de entrega pueden mejorar la satisfacción del cliente y fomentar la fidelidad a la marca.

Reducción de Costos: Las ineficiencias en la cadena de suministro y los procesos de venta pueden llevar a costos innecesarios, como inventarios excesivos, gastos de transporte adicionales y pérdida de ventas por falta de stock. Al abordar estas problemáticas, las empresas pueden lograr una reducción significativa de costos operativos.

Toma de Decisiones Basada en Datos: Los sistemas ERP brindan una mayor visibilidad de los datos y permiten la toma de decisiones basada en datos en tiempo real. Al

investigar las dificultades en esta área, las empresas pueden implementar soluciones que faciliten el acceso a información crítica para una toma de decisiones más informada y ágil.

Adaptación a las Demandas del Mercado: El mercado y las preferencias del cliente cambian rápidamente. Un sistema ERP eficiente puede permitir una mayor agilidad en la adaptación a estas cambiantes condiciones. Entender las problemáticas actuales en la distribución y venta ayudará a las empresas a estar



mejor preparadas para responder a las demandas cambiantes del mercado.

Competitividad: Las empresas que pueden ofrecer un proceso de distribución y venta fluido y eficiente ganan una ventaja competitiva en el mercado. Al abordar las problemáticas y optimizar estos procesos, las empresas pueden diferenciarse de sus competidores y ganar una posición más sólida en su industria.

Innovación y Crecimiento: Al superar las problemáticas en las áreas de distribución y venta, las empresas pueden liberar recursos y tiempo para enfocarse en la innovación y el crecimiento. La implementación exitosa de un sistema ERP puede liberar energía y recursos que se pueden dirigir hacia la expansión y mejora del negocio.

1.4. Hipótesis

1.4.1. *Hipótesis General:*

- La propuesta de la planificación de recursos empresariales para la distribución y ventas de la empresa kiut incrementara el nivel del servicio

1.4.2. *Hipótesis Especificas:*

- La automatización de la gestión del proceso de ventas que mejorara el nivel del servicio
- La automatización de la distribución y despacho ayudara en el nivel del servicio
- La automatización del desarrollo de la facturación ayudara en el desempeño del mejor servicio

1.5. Variables

1.5.1. *Independientes:*



- Propuesta de la ERP

1.5.2. *Dependientes:*

- Distribución y venta

1.5.3. *Operacionalización de Variables:*

Tabla 1

operacionalización de variables

Variable	Indicador
Propuesta de la ERP	Grado de servicio
	Gestión de la venta
Distribución y venta	Despacho y distribución
	Facturación

Nota: elaboración propia



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

Challenges (2018)

Este estudio disecciona las dificultades habituales en la ejecución de marcos ERP en diferentes regiones empresariales, incluidas la dispersión y los acuerdos. Se presentan cuestiones como, por ejemplo, la protección frente al cambio, la ausencia de flexibilidad y los problemas de incorporación con marcos heredados. El estudio destaca la importancia de reflexionar sobre estas cuestiones para una ejecución fructífera.

Systems (2019)

Este estudio se centra explícitamente en el efecto de los marcos ERP sobre las operaciones coordinadas y la circulación. Analiza cómo los marcos ERP pueden desarrollar aún más la coordinación de estrategias, la administración de existencias y la organización de cursos, pero además presenta dificultades como la complejidad de incorporar operaciones planificadas y marcos ERP.

Challenges (2017)

Este estudio se centra en las dificultades a las que se enfrentan las organizaciones nigerianas a la hora de llevar a cabo marcos de ERP. Los resultados demuestran



problemas de adaptación social a los nuevos avances, ausencia de una preparación satisfactoria y problemas de coordinación con los marcos heredados.

Marcos ERP (2016).

Este estudio investiga qué significan los marcos ERP para las asociaciones y la satisfacción del cliente. Con respecto a la apropiación y los acuerdos, toma nota de cómo los marcos ERP pueden desarrollar aún más la administración de existencias y la perceptibilidad de la red de tiendas, pero además especifica la importancia de la preparación y la ayuda continua para abordar los problemas de recepción.

Una revisión (2019)

Este estudio explora lo que significan los marcos ERP para la eficacia y la ventaja de las asociaciones. En el espacio de la difusión y los tratos, subraya cómo los marcos ERP pueden desarrollar aún más la dirección impulsada por la información y la coordinación de la red de producción

2.2. Marco teórico

2.2.1. *Planificación de recursos empresariales (ERP)*

Según Chopra y Meindl (2013), la organización de activos empresariales (ERP) hace referencia a una forma exhaustiva de gestionar la supervisión de activos y ciclos en una asociación mediante la ejecución de marcos y programas coordinados. El objetivo fundamental de un marco ERP es mejorar la eficacia, la coordinación y la dinámica en todas las partes de la organización, desde la creación y las operaciones planificadas hasta la administración monetaria y el examen de la información.



Como indican Laundon y Laudon (2012), un marco ERP es una columna vertebral innovadora que permite la coordinación y mecanización de una amplia variedad de trabajos y ciclos empresariales en un único marco concentrado. Funciona con una correspondencia constante entre varias divisiones y regiones de la asociación, lo que permite compartir información previsor y constante a todos los niveles. Algunos de los aspectos más destacados de ERP son:

- **Integración de Procesos:** Un sistema ERP enlaza los distintos procesos y departamentos de una empresa, permitiendo que la información fluya a la perfección entre ellos. Desde la gestión de inventarios y compras hasta la contabilidad y la gestión de las relaciones con los clientes, todas las áreas están conectadas en una única plataforma.
- **Centralización de Datos:** Los datos se almacenan en un conjunto de datos agrupados y vinculados, lo que elimina la necesidad de numerosos marcos desconectados. De este modo, se mantiene una distancia estratégica respecto a la duplicación de información y se garantiza la coherencia de los datos en toda la asociación.
- **Automatización de Tareas:** Los marcos ERP robotizan numerosas prácticas diarias y tareas tediosas, como el detalle monetario, la administración de existencias y la facturación. De este modo, se recupera tiempo y se reduce la posibilidad de que se produzcan errores humanos.
- **Acceso en Tiempo Real:** Los clientes autorizados pueden acceder continuamente a datos modernos. Esto permite una dirección independiente más rápida y exacta, ya que depende de información



previsora y precisa.

- **Mejora de la Visibilidad:** Los marcos ERP ofrecen una perspectiva global de las tareas empresariales, que funciona con la prueba reconocible de patrones, problemas y puertas abiertas en toda la asociación.
- **Gestión de Relaciones con los Clientes (CRM):** Algunos sistemas ERP incorporan módulos CRM para supervisar las relaciones con los clientes, lo que permite un seguimiento más eficaz de los acuerdos, la asistencia al cliente y la fidelización de los consumidores.
- **Planificación de la Cadena de Suministro:** Los marcos ERP pueden incorporar dispositivos para la red de tiendas de los ejecutivos, desde el interés por querer hasta la creación y coordinación de operaciones planificadas.
- **Cumplimiento y Regulaciones:** Los marcos ERP pueden ayudar a las organizaciones a ajustarse a las directrices y normas explícitas de la industria trabajando con la documentación requerida, siguiendo y anunciando.
- **Escalabilidad:** Los sistemas ERP están pensados para evolucionar con la empresa, lo que implica que pueden ajustarse a las necesidades cambiantes y al tamaño de la asociación a medida que avanza.

La organización de los activos de la empresa a través de los sistemas ERP es una forma esencial de gestionar la administración coordinada de una asociación. Al coordinar los ciclos, facilitar las tareas y desarrollar aún más la navegación, los sistemas ERP ayudan a las organizaciones a ser más



competentes, serias y ágiles en un entorno empresarial en constante cambio.

2.2.1.1. Servicio

Meindl, (2013), La administración de ERP hace referencia a la utilidad y el respaldo que se ofrece a las asociaciones a lo largo de todo el patrón de ejecución, actividad y soporte de un marco de organización de activos empresariales (ERP). Esta ayuda incorpora varias perspectivas dirigidas a garantizar que el marco ERP cumple los objetivos empresariales y funciona realmente. Incluye:

- **Implementación y Personalización:** La ayuda en esta fase incluye la organización y modificación del marco ERP según las necesidades particulares de la asociación. Incluye la planificación y modificación de los módulos, procesos de trabajo y funcionalidades para ajustarlos a los ciclos y requisitos previos específicos de la organización.
- **Capacitación y Formación:** Preparar suficientemente a los clientes es fundamental para garantizar que comprendan cómo utilizar con éxito el marco ERP. Esto incluye cursos de formación para familiarizarlos con el punto de conexión del marco, los ciclos y los sistemas.
- **Soporte Técnico:** Ofrecer ayuda especializada progresiva es fundamental para resolver problemas, responder preguntas y abordar cualquier desafío que los clientes puedan experimentar al utilizar el marco ERP. El respaldo puede ser proporcionado por el grupo interno de TI de la organización o por el vendedor del marco ERP.
- **Actualizaciones y Mantenimiento:** Los marcos ERP requieren



actualizaciones ocasionales para estar al día de los aspectos más destacados, las correcciones de errores y los parches de seguridad más recientes. El vendedor del marco debe ofrecer servicios de revisión y mantenimiento para garantizar que el marco sigue siendo útil y seguro.

- **Consultoría Estratégica:** Los comerciantes de ERP ofrecen servicios de asesoramiento para ayudar a las asociaciones a centrarse en lo más importante. Esto incluye el asesoramiento sobre la preparación esencial, la mejora de procesos y la distinción de puertas abiertas increíbles para el desarrollo.
- **Migración de Datos:** En general, las asociaciones deben trasladar la información de los marcos heredados a la nueva etapa de ERP. La ayuda recuerda la interacción del traslado y garantiza la honestidad y precisión de la información trasladada.
- **Personalización Futura:** Con el tiempo, las necesidades y procesos de la organización pueden cambiar. El servicio en esta área implica la adaptación y personalización continua del sistema ERP para asegurarse de que siga siendo relevante y efectivo.
- **Gestión de Problemas y Actualizaciones:** A largo plazo, las necesidades y los ciclos de la asociación pueden cambiar. La administración en este ámbito incluye la variación y personalización progresivas del marco ERP para garantizar que sigue siendo pertinente y atractivo.



La identificación y resolución de problemas técnicos, así como la gestión de actualizaciones, son aspectos críticos del servicio en la planificación de recursos empresariales. Esto garantiza que el sistema funcione sin problemas y esté siempre actualizado.

2.2.2. Distribución y ventas

Según Laundon & Laudon, (2012), La distribución y ventas son dos componentes fundamentales en el ciclo comercial de una organización, que se centran en la entrega eficiente de productos y servicios al mercado y en el proceso de persuadir y cerrar transacciones con los clientes. A continuación, se presenta una definición detallada de ambos términos:

2.2.2.1. Distribución

La difusión se refiere al conjunto de ejercicios y ciclos relacionados con el transporte físico y calculado de artículos o administraciones desde el punto de partida hasta la marca de utilización o uso. Esta red de producción abarca varias etapas, como la adquisición, el almacenamiento, el transporte, la gestión de existencias y el último transporte a los clientes o delegados, como minoristas o mayoristas. El objetivo de la apropiación es garantizar que los artículos sean accesibles en el lugar perfecto y en el momento oportuno para satisfacer las necesidades del mercado, al tiempo que se limitan los gastos y se mejoran los procesos de operaciones coordinadas.

2.2.2.2. Ventas

Por otra parte, las ventas se refieren al proceso de promoción e influencia en el que una organización colabora con sus clientes previstos



para convertirlos en compradores. Esto incluye la presentación, el avance y la difusión de las ventajas y los aspectos destacados de los artículos o las administraciones para satisfacer las necesidades y los deseos de los clientes. El ciclo de las negociaciones incluye la identificación de posibles clientes, la creación de contactos, la presentación de propuestas, la organización y el cierre efectivo de los intercambios. El objetivo principal de los tratos es generar ingresos y crear asociaciones duraderas con los clientes, lo que puede generar devoción y un discurso positivo.

La dispersión y los tratos son dos capacidades interconectadas importantes para el resultado de cualquier negocio. La circulación garantiza que los artículos lleguen a los clientes de forma cómoda y eficaz, mientras que las ofertas se centran en transmitir el valor de los artículos y convencer a los clientes para que realicen una compra. Un procedimiento convincente aquí puede afectar en conjunto al beneficio, la seriedad y el discernimiento de la marca en el centro comercial.

2.2.2.3. Gestión de ventas

Laudon, (2012), Deals the board es el conjunto de metodologías, ciclos y ejercicios que se planifican y llevan a cabo minuciosamente dentro de una asociación para examinar y mejorar todas las fases del ciclo de las operaciones, desde el contacto inicial con una posibilidad hasta las operaciones posteriores y el mantenimiento del cliente. Una disciplina consolida el examen cuantitativo y subjetivo, las habilidades relacionales y los procedimientos de alto nivel para cumplir los objetivos de edad de ingresos, beneficios y desarrollo empresarial.



En su centro, la gestión incluye el detalle y la ejecución de planes bien pensados que enmarcan el modo en que la organización avanzará hacia el mercado, seleccionará su grupo de interés, fijará costes, promoverá sus artículos o administraciones, cerrará acuerdos y mantendrá asociaciones a largo plazo con los clientes. Estos planes son adaptables y versátiles, ya que puede ser necesario desarrollarlos debido a los cambios en los elementos del sector empresarial, los patrones de los clientes y las actividades de los competidores.

Desde una perspectiva más amplia, los acuerdos con los ejecutivos incluyen:

- **Prospectar y Generación de Leads:** La identificación y fascinación de posibles clientes a través de diferentes canales, por ejemplo, escaparate informatizado, ferias de intercambio, referencias y organizaciones de expertos.
- **Cualificación de Prospectos:** El sondeo de la razonabilidad de las posibilidades en vista de sus necesidades, plan financiero y nivel de interés, para concentrar con éxito los activos de las ofertas.
- **Presentación y Negociación:** Transmitir realmente las ventajas y el valor de los artículos o administraciones de la organización, abordar las protestas y fijar las condiciones para llegar a un acuerdo.
- **Cierre de Ventas:** Formalizar el acuerdo y finalizar el intercambio de forma experta y haciendo hincapié en la fidelización del consumidor.



- **Postventa y Fidelización:** Mantener correspondencia continua con el cliente, garantizar que está contento con su compra, ofrecerle ayuda si es fundamental y buscar posibles puertas abiertas para hacer pitching estratégico o upselling.
- **Análisis y Mejora:** Utilizar la información y las mediciones para evaluar la presentación de las técnicas de tratos, reconocer las regiones para el desarrollo y cambiar de la misma manera.
- **Formación y Desarrollo:** Proporcionar a los grupos de divulgación la preparación necesaria en estrategias de negocio, artículos y habilidades relacionales para desempeñar realmente sus funciones.
- **Gestión de Relaciones:** áreas de fuerza para desarrollar asociaciones de confianza con los clientes, decididas a transformarlos en defensores de la marca y productores de referencias.

La gestión de ventas requiere un profundo conocimiento del mercado, las necesidades del cliente y el producto, así como la capacidad de adaptarse a situaciones cambiantes y aprovechar las oportunidades. Es una función esencial en cualquier organización que quiera triunfar en un entorno competitivo garantizando un flujo constante de ingresos y estableciendo relaciones duraderas con los clientes.

2.2.3. *Despacho y distribución*

2.2.3.1. **Despacho**

Laudon, (2012), La expedición, en lo que respecta a una organización de dispersión y ofertas, es una capacidad fundamental que



incorpora la preparación, coordinación y ejecución de la circulación y el transporte eficaces de artículos o administraciones desde la capacidad o el lugar de creación hasta los últimos clientes o puntos de venta. Este movimiento incluye una progresión de ciclos y contemplaciones estratégicas que garantizan que los artículos se presenten en condiciones ideales y con una puntualidad impecable, cumpliendo las expectativas de los clientes y contribuyendo al resultado general de la organización.

- **Gestión de Inventarios:** El despacho requiere un control exacto de los niveles de existencias para garantizar que los artículos estén accesibles cuando se necesiten. Esto incluye una comprensión exhaustiva del interés, los ciclos de recarga y la previsión de futuras necesidades.
- **Planificación de Rutas:** En las organizaciones que transportan a varias zonas, la expedición incorpora la organización de recorridos eficaces para limitar los tiempos de viaje, disminuir los costes de transporte y evitar los aplazamientos superfluos.
- **Embalaje y Etiquetado:** Preparar los artículos para su envío de forma protegida y adecuada es una pieza básica de la satisfacción. Esto puede incluir la determinación de materiales de empaquetado adecuados y la incorporación de nombres y documentación esenciales.
- **Coordinación Interna:** El despacho requiere una correspondencia y coordinación fluida entre varias divisiones, como ofertas, operaciones, almacenamiento y transporte, para garantizar que todo el mundo esté ajustado en cuanto a qué artículos se entregarán y cuándo.
- **Seguimiento y Control:** Durante el ciclo de satisfacción, es fundamental



hacer un seguimiento continuo de los envíos para garantizar que aparecen según lo reservado y resolver cualquier problema que pueda surgir progresivamente.

- **Cumplimiento Normativo:** Dependiendo de la idea de los artículos, la entrega puede incluir el cumplimiento de directrices y requisitos previos explícitos de bienestar, marcado y transporte.
- **Gestión de Devoluciones:** El ciclo de envío piensa además en las devoluciones de los clientes, lo que requiere una administración eficaz para limitar el efecto sobre los gastos y la asistencia a los clientes.

Tecnología y Sistemas: Muchas organizaciones utilizan marcos de almacenamiento y programación de seguimiento de envíos para mecanizar y mejorar el ciclo de satisfacción.

La expedición en una organización de circulación y distribución es una actividad estratégica vital que va más allá del mero transporte de artículos. Incluye una preparación cuidadosa, la coordinación interdepartamental, la coherencia administrativa, la productividad de la dispersión y una atención constante a la lealtad del consumidor. Un ciclo de expedición competente puede repercutir en la seriedad de una organización al garantizar que los artículos llegan a tiempo y en la estructura correcta, lo que contribuye al progreso general de la organización en el centro comercial.

2.2.3.2. Distribución

Laudon, (2012), La circulación, en lo que respecta a una organización de transporte y distribución, engloba un conjunto de



metodologías, ciclos y ejercicios destinados a gestionar de forma productiva la colocación y el transporte de artículos desde su punto de partida hasta los puntos de venta o directamente hasta los clientes finales. Esta capacidad de factores coordinados desempeña un papel fundamental en los resultados de la empresa, ya que garantiza que los artículos perfectos estén disponibles en el lugar ideal de forma brillante, satisfaciendo las demandas del mercado y mejorando la experiencia del cliente.

- **Logística de Almacenamiento:** La apropiación incluye la administración de almacenes y focos de difusión donde se guardan los artículos. Esto incluye la asociación de espacios, el seguimiento de existencias, el giro de artículos y el avance de la interacción para facilitar la preparación de pedidos.
- **Gestión de Inventario:** La circulación requiere una comprensión exhaustiva del interés, la preparación de las existencias y la recarga de los ejecutivos para garantizar que los artículos estén accesibles en la cantidad ideal con una sincronización impecable.
- **Red de Distribución:** Incluye caracterizar la organización de la apropiación, que puede incorporar almacenes, focos de difusión, puntos de venta, canales de ofertas en línea y diferentes medios a través de los cuales los artículos llegarán a los clientes.
- **Optimización de Rutas:** En lo que respecta a los transportes, la difusión incluye la organización de rutas competentes para limitar los costes de transporte, reducir los tiempos de transporte y fidelizar aún más a los



consumidores.

- **Gestión de Transporte:** Incluye la coordinación del método de transporte, ya sean vehículos propios o reevaluados, para garantizar que los artículos se mueven con seguridad y eficacia.
- **Seguimiento y Control:** La difusión requiere una observación constante de los artículos a lo largo de toda la red de almacenes, desde su lugar de inicio hasta su último objetivo, para garantizar su rectitud y cumplir los plazos de transporte.
- **Cumplimiento Normativo:** En ocasiones, la apropiación puede depender de directrices explícitas, por ejemplo, requisitos previos de aduanas o limitaciones de transporte, que deben cumplirse para garantizar la coherencia legal y el bienestar del artículo.

Tecnología y Automatización: Muchas organizaciones utilizan marcos de stockroom the board, programación de seguimiento de envíos y avances informáticos para mejorar los procesos de difusión.

La difusión en una organización de circulación y distribución es una capacidad de factores coordinados de gran alcance que abarca desde el almacenamiento hasta el transporte de los resultados finales. Incluye una administración prudente de las existencias, la organización de los recorridos, la coordinación de los factores de transporte y una atención constante a la fidelidad de los consumidores. Una dispersión potente contribuye a los logros funcionales de una organización, pero además asume un papel fundamental en la producción de ingresos y el mantenimiento de áreas de fuerza para las conexiones.



2.2.4. Facturación

Laudon, (2012), La facturación, en una organización de transporte y negocios, implica una progresión de ciclos y ejercicios relacionados con la creación, emisión y registro de informes legales y monetarios que informan de los intercambios comerciales realizados entre la organización y sus clientes. Estos archivos, conocidos como solicitudes, son fundamentales tanto desde el punto de vista funcional como monetario, ya que no sólo registran la oferta de artículos o servicios, sino que también establecen compromisos de pago y proporcionan datos fundamentales para el control interno y la navegación.

- **Generación de Facturas:** La facturación incluye la formación de solicitudes exactas y punto por punto que reflejen los artículos o administraciones vendidos, las cantidades, los costes unitarios, los límites, los gastos apropiados y algunos otros cargos aplicables.
- **Registro de Transacciones:** Cada vez que se realiza una transacción, se crea un recibo que registra el intercambio. Estas solicitudes se utilizan como registros fundamentales para el seguimiento de las operaciones y los ingresos producidos.
- **Cumplimiento Legal:** Las solicitudes presentadas deben cumplir los requisitos legales y monetarios establecidos por los especialistas competentes. Esto incluye la consideración de los datos de gastos correctos, por ejemplo, los números de identificación de cargos y los códigos de evaluación.



- **Control y Auditoría:** La facturación es fundamental para el control interno y la evaluación de los ejercicios empresariales. Las solicitudes sirven como prueba de los intercambios y funcionan con el compromiso de los registros, la comprobación de los ingresos y la identificación de las disparidades.
- **Gestión de Pagos:** Las solicitudes proporcionan a los clientes los datos que necesitan para realizar las comparaciones de plazos. El seguimiento de las solicitudes extraordinarias y la gestión de los plazos que se aproximan son componentes fundamentales de la facturación.
- **Registro Contable:** Las solicitudes entregadas se guardan en los libros de contabilidad de la organización para reflejar los acuerdos y los ingresos. Esto es fundamental para la elaboración de resúmenes fiscales precisos y reveladores.
- **Sistemas de Facturación:** Muchas empresas utilizan sistemas de cobro mecanizados que facilitan el proceso de recepción, reducen los errores y aumentan la eficacia.
- **Seguimiento de Vencimientos:** La facturación incluye el seguimiento de los plazos establecidos en las solicitudes y la supervisión de las actualizaciones y los avisos de vencimiento para garantizar que los pagos se realicen a tiempo.

La facturación en una organización de acuerdos y difusión es un ciclo básico que va más allá de la mera entrega de informes. Incluye la creación de recibos exactos, el seguimiento de los cambios, la coherencia legal, el control monetario y el pago de las cuotas. Una facturación



correcta contribuye a la rectitud monetaria, a una dirección educada y al mantenimiento de relaciones fiables con los clientes.

2.2.5. La planificación de recursos empresariales en la distribución y ventas de las empresas de servicios

Un enfoque ERP busca organizar y racionalizar los movimientos de todo tipo, desde la edad de liderazgo y la solicitud de la junta hasta la facturación y las relaciones con los clientes, con la intención de trabajar en la productividad funcional, la lealtad del consumidor y la dirección independiente informada.

Para ello, tiene en cuenta los siguientes aspectos:

- **Integración de Procesos:** Un marco ERP reúne e interconecta diferentes ciclos, por ejemplo, la administración de existencias, la organización de cursos, la facturación, el seguimiento de acuerdos y la atención al cliente. Esto aumenta aún más la perceptibilidad y la productividad al eliminar la necesidad de marcos y bases de información independientes.
- **Gestión de Clientes:** El ERP en ofertas de difusión y administración incorpora módulos que rastrean y almacenan datos de clientes, comunicaciones anteriores e inclinaciones. Esto permite una correspondencia más personalizada y viable.
- **Automatización de Tareas:** Los marcos ERP mecanizan las tareas monótonas y manuales, por ejemplo, la elaboración de solicitudes, el seguimiento de envíos y la planificación de transportes, lo que reduce los errores y ahorra tiempo.
- **Planificación de Recursos:** Los marcos de ERP permiten designar



eficazmente los activos, como el profesorado y los vehículos, para satisfacer las necesidades y agilizar la asignación de recursos por parte de la administración.

- **Análisis y Reportes:** La información recopilada por el marco ERP permite una investigación continua de la ejecución de las operaciones, la fidelidad de los consumidores y otros indicadores clave. Esto ayuda a la dirección independiente impulsada por la información.
- **Cumplimiento Normativo:** Los sistemas ERP pueden ayudar a garantizar que los ciclos siguen directrices explícitas, como los requisitos previos de servicio o las normas de calidad.
- **Colaboración Interna:** La aplicación de un marco ERP permite coordinar mejor los esfuerzos entre las divisiones, ya que todo el mundo trabaja a partir de una fuente de información excepcional similar.
- **Mejora de la Experiencia del Cliente:** Al unificar los datos de los clientes y trabajar con las solicitudes y peticiones de los ejecutivos, el marco ERP contribuye a una experiencia de la cliente más fluida y realmente satisfactoria.
- **Escalabilidad:** Un marco ERP es adaptable y puede ajustarse al desarrollo del negocio y a los cambios en los ciclos y requisitos previos.

La organización de activos de riesgo en organizaciones de dispersión y administración de acuerdos es la ejecución de amplios acuerdos de innovación que hacen avanzar la administración de activos y ciclos. Mediante la coordinación y robotización de las tareas, el desarrollo de la navegación y la mejora de las conexiones con los clientes, el ERP



aumenta la seriedad de la organización y sus resultados en el mercado de la asistencia.

2.3. Marco conceptual

- **ERP (Enterprise Resource Planning):** Un marco de organización de activos que incorpora y facilita muchos ciclos y ejercicios dentro de una asociación. Su objetivo es mejorar la administración de los activos, por ejemplo, el personal, las acciones y el dinero, a través de una única etapa que desarrolla aún más la competencia y la navegación.
- **Distribución:** Método que consiste en mover y transportar artículos o servicios desde su punto de partida hasta los puntos de venta o los clientes finales. Incluye la organización del recorrido, el control de las existencias, los factores coordinados del transporte y el transporte convincente para satisfacer las necesidades del mercado.
- **Ventas:** Movimiento empresarial que consiste en ofrecer artículos o servicios a los clientes a cambio de un valor económico. Incluye el reconocimiento de los clientes esperados, la creación de conexiones, la introducción de artículos, la organización y el cierre de acuerdos para generar ingresos.
- **Servicio:** La atención al cliente y la satisfacción de sus necesidades una vez cerrado el trato. Incorpora ayuda especializada, pensamiento crítico, asesoramiento y mejora constante para mantener áreas serias de fortaleza para con y cultivar la fidelidad del cliente.
- **Gestión:** La forma más habitual de supervisar, planificar y controlar los ejercicios y activos de una asociación para lograr sus objetivos. Incluye la



dirección independiente, la asignación de activos, la preparación vital y la evaluación de la ejecución.

- **Despacho:** Fase de planificación y transporte de artículos desde un lugar de capacidad o creación hasta su último objetivo. Incluye la determinación, el empaquetado y el envío de los artículos, garantizando que se presenten en las circunstancias ideales y con una puntualidad impecable.
- **Facturación:** Es la forma más habitual de entregar archivos fidedignos en los que se especifican los intercambios comerciales realizados, como ofertas de artículos o administraciones. Estas solicitudes recuerdan datos de costes, límites, gastos y plazos.
- **Cliente:** Persona, organización o asociación que compra artículos o servicios a una organización. Los clientes son el centro de las actividades empresariales y su satisfacción es fundamental para el éxito a largo plazo.
- **Procesos:** Progresión de avances interrelacionados y facilitados que se ejecutan sucesivamente para lograr un objetivo concreto. Los ciclos jerárquicos pueden variar en complejidad y extensión, pasando de actividades cotidianas a procedimientos a largo plazo.
- **Recursos:** Recursos y componentes importantes para trabajar y cumplir los objetivos de la asociación. Pueden incluir activos monetarios, humanos, mecánicos, físicos y elusivos que contribuyen al buen funcionamiento de la empresa.



CAPÍTULO III

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la investigación

El diseño de nuestro estudio es de forma no experimental ya que las variables permanecen sin manipulación alguna como la recopilación de la información

3.2. Método de la investigación

La estrategia utilizada es ilustrativa en la medida en que la evaluación de la información de los distintos ciclos nos ayuda a reconocer las distintas puertas abiertas para el desarrollo y la utilización de distintos aparatos para su uso correcto.

3.3. Población y muestra

3.3.1. Población

Nuestra población evaluada según los datos obtenidos de nuestra empresa se consideró según periodo del mes de abril y el mes de setiembre del 2021 y el mes abril y setiembre del 2022.

3.3.2. Muestra

La aplicación tomada como muestra es no probabilística los cuales consideran el total de ventas como distribuciones desarrolladas y explicadas como población según los datos correspondientes.



3.4. Técnicas, fuentes e instrumentos de investigación para la recolección de datos

Las técnicas y el instrumento utilizados son el levantamiento de la información como la evaluación y procesamiento de los diversos diagramas de flujo como la observación y evaluación del desarrollo de procesos usados en las áreas interesadas al estudio.

3.5. Validación de la contrastación de hipótesis

La validación de nuestras hipótesis se desarrolló por medios de hojas de cálculo como la utilización de herramientas informáticas tales como SAP y ERP los cuales nos ayuda a evidenciar los diversos procedimientos.

3.6. Validez y confiabilidad del instrumento

El instrumento utilizado como instrumento son las hojas de cálculo como el manejo de software SAP los cuales manejan estándares de evaluación.

3.7. Plan de recolección y procesamiento de datos

En la recopilación de datos se considera la población introducida en la que los datos tratados se guardarán en hojas de cálculo y se utilizarán para crear diferentes informes, por ejemplo, diagramas que ayuden a ver la mejora según las consecuencias de una evaluación previa y posterior de la propuesta introducida para la organización de activos de grandes empresas.

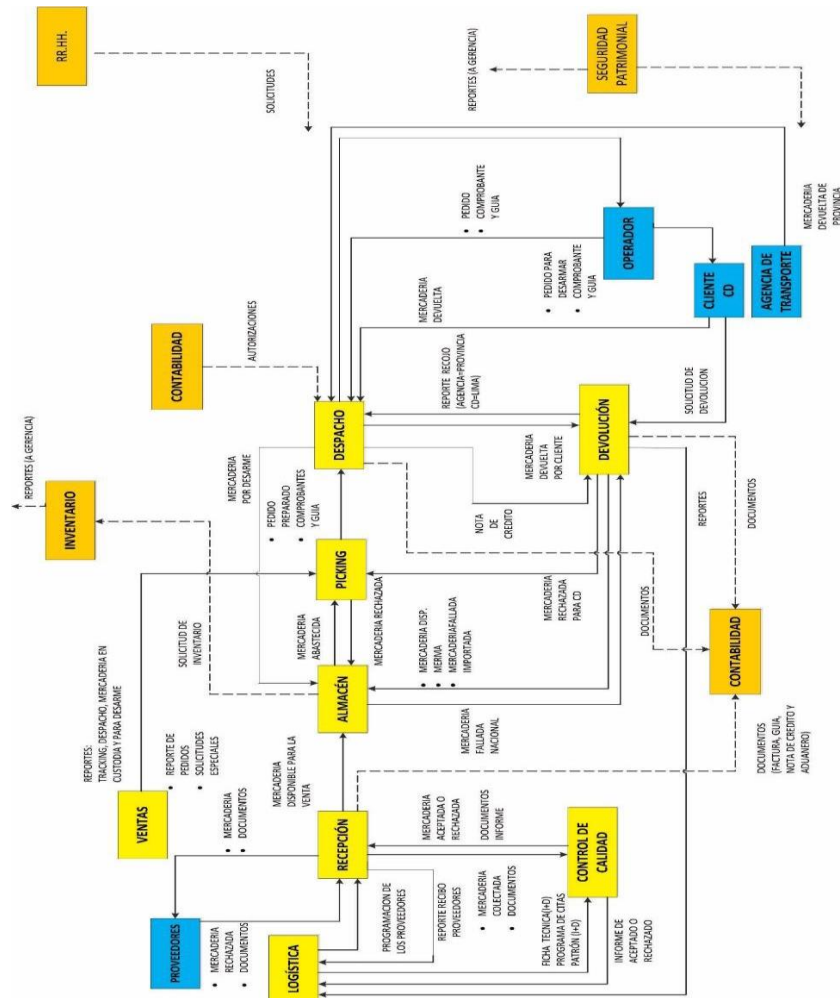
CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Mapa de interacciones de los procesos

Figura 1

mapa de interacciones de los procesos (modelo AS - IS)



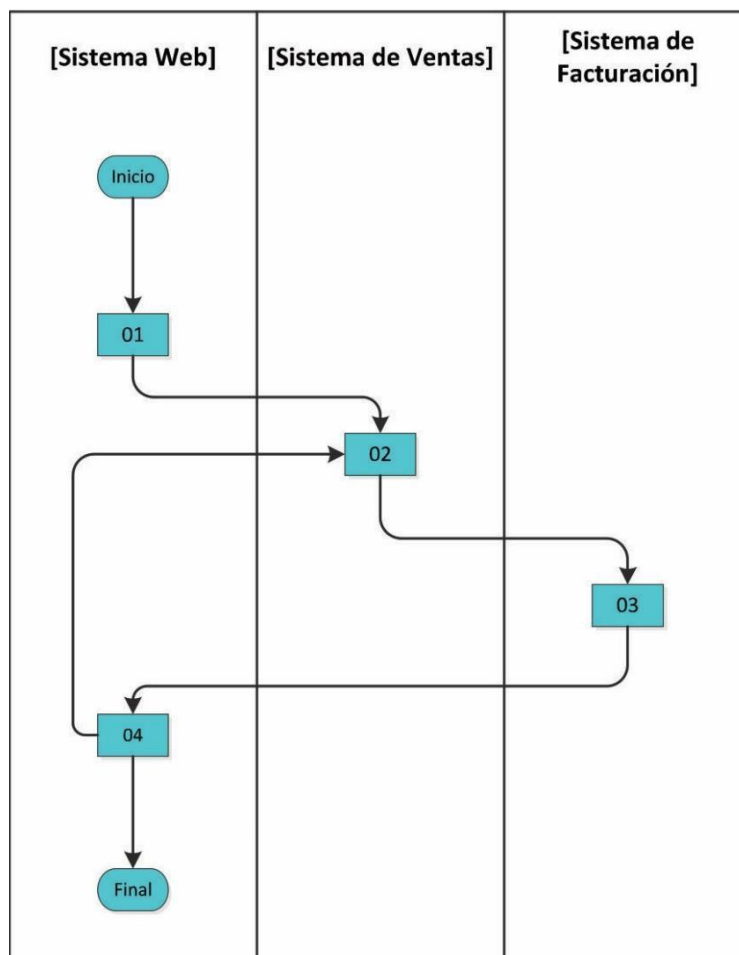
Fuente: elaboración propia

4.2. Proceso de gestión de ventas

4.2.1. Actual

Figura 2

proceso de gestión de ventas creación de clientes (AS - IS)



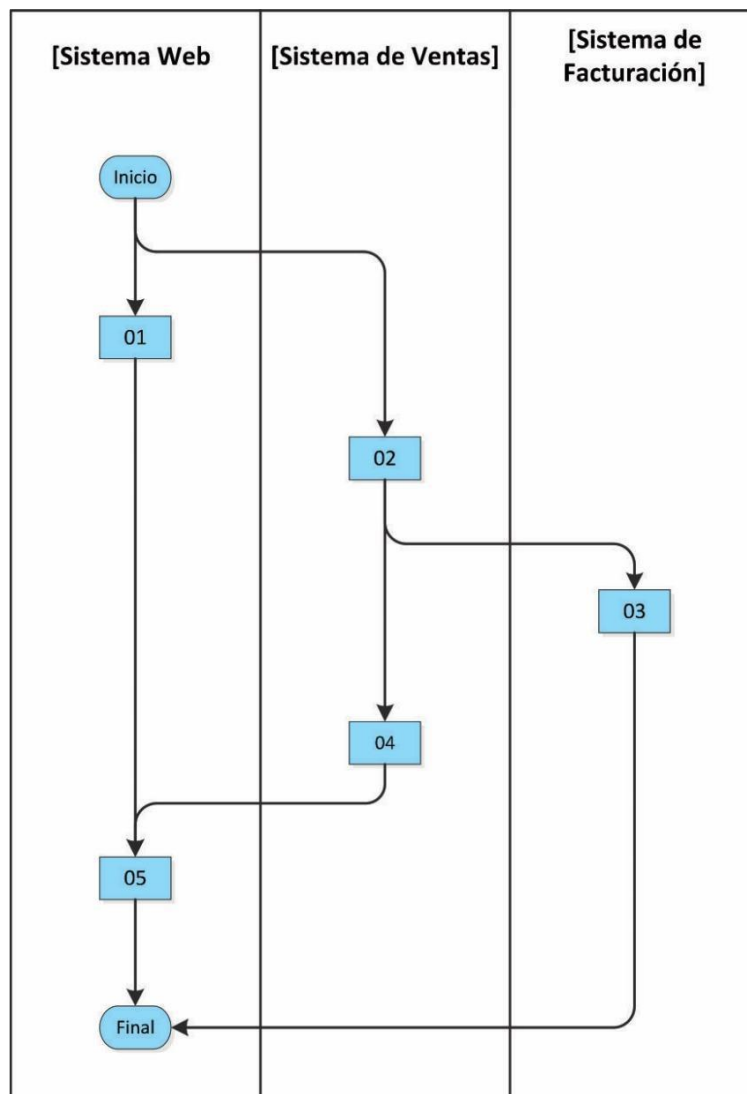
Fuente: elaboración propia (desarrollo de subproceso en creación de nuevos clientes)

1. Creación del cliente en el sistema web
2. Aplicar la información recolectada en el sistema web
3. Utilizar la información del cliente en la facturación
4. El cliente podrá modificar su información

Según el grafico presentado podemos mostrar la creación de nuevos clientes y la forma de administración de información en general mediante el sistema de ventas y su sistema web de forma independiente, también se maneja el desarrollo de diferentes campañas donde se asigna la diversidad de productos con sus respectivos precios ya sean de promoción y regulares.

Figura 3

proceso de gestión de ventas creación de campañas (AS - IS)



Fuente: elaboración propia (desarrollo del sub proceso de creación de campañas)

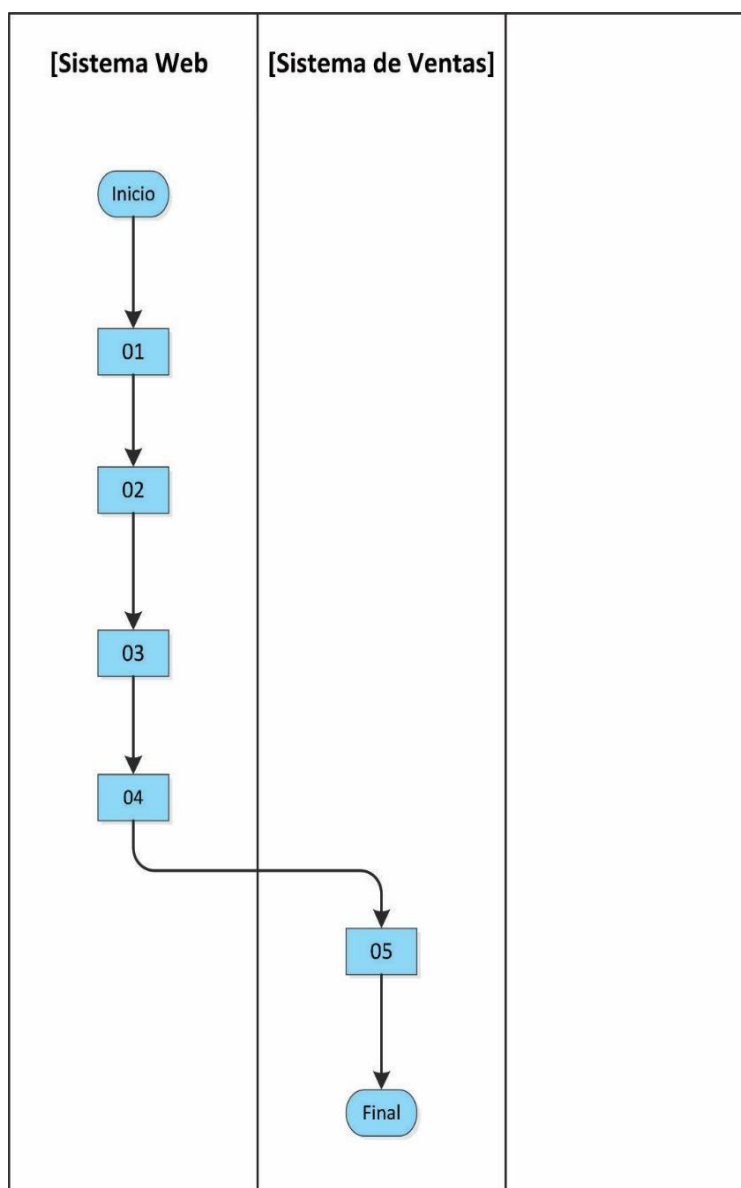


1. Creación de la campaña comercial
2. Creación de la campaña comercial y difusión
3. Desarrollo de la migración de la información requerida
4. Evaluará los inventarios actuales y determinar un reporte adecuado
5. Importar los reportes del sistema de venta.

El proceso se desarrolla según los pedidos de venta dentro d un periodo determinado el cual puede ser notificado durante su periodo de duración y esta misma puede ser establecido por el mismo distribuidor.

Figura 4

proceso de gestión de ventas registro de pedidos (AS -IS)



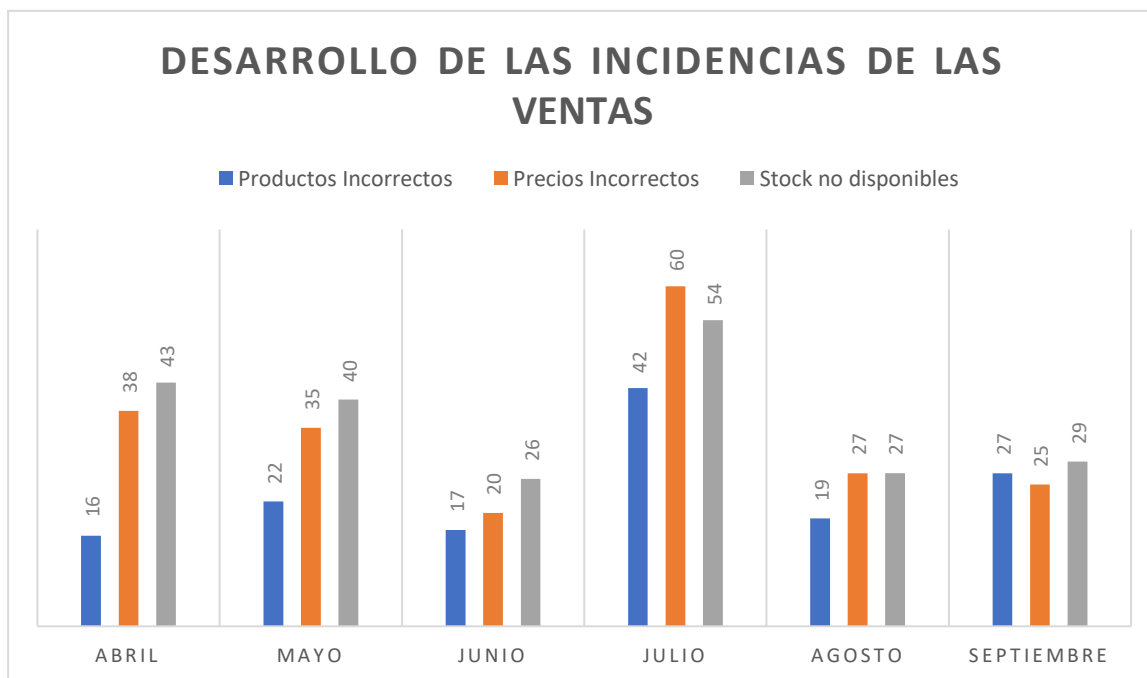
Fuente: elaboración propia (desarrollo del sub proceso registro de pedidos)

1. Consulta del cliente al sistema web de sobre productos y stock disponibles
2. Generación de forma automática de un pedido vía web
3. Desarrollo del pedido según necesidad del cliente
4. El sistema web sierra el pedido en la fecha generada
5. El sistema web desarrolla el reporte correspondiente

En desarrollo de los pedidos los clientes pueden sobre pasar al stock disponible ya que se tiene una reserva de cantidades en el stock dentro del sistema web para caso de pedidos mayores según requerimiento del cliente.

Figura 5

desarrollo de las incidencias de las ventas (AS - IS)



Fuente: elaboración propia (incidencias de abril a septiembre)

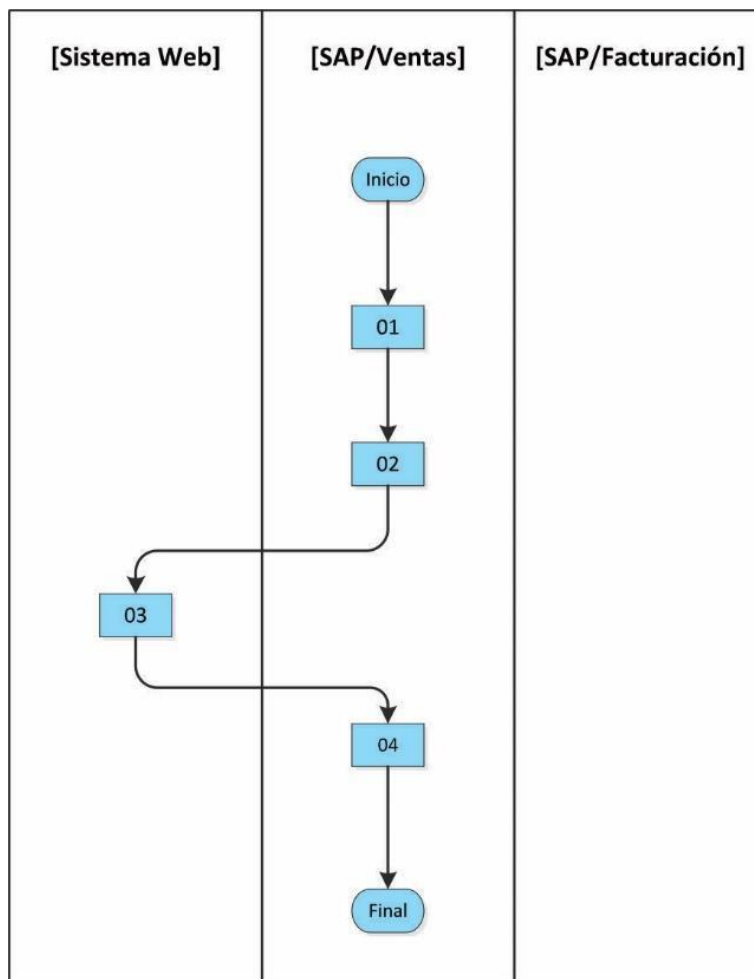
Según las gráficas mostradas podemos ver que desde abril a septiembre tuvo movimientos irregulares cuya consecuencia muestra un 13 % en pérdidas gracias a la mala atención.

Otra irregularidad se muestra en la entrega y atención con producto incorrectos por una mala presentación de pedidos, malos reportes y manipulación inadecuadas de los operadores tanto en recepción y despacho.

4.2.2. Futura

Figura 6

proceso de gestión de ventas (creación de nuevos clientes)



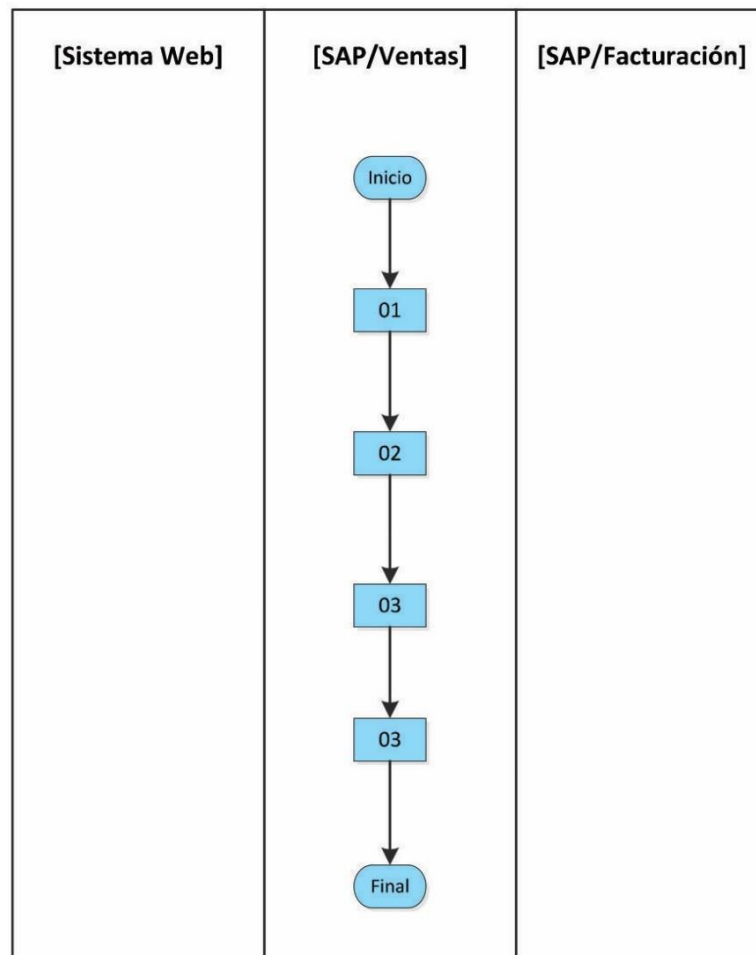
Fuente: elaboración propia (propuesta del desarrollo de creación de nuevos usuarios)

1. Creación de nuevo cliente (recopilación de información general)
2. Presentación de personal responsable en su atención.
3. Recopilación de información por medio de la interface.
4. Desarrollo de la validación y su posterior aceptación.

El desarrollo de proceso comienza con la consignación de información general de nuestros clientes en cual también consideramos el lado financiero y comercial que declaran los mismos.

También podemos decir que el manejo de la información general no depender de los medios sociales que lo rodea más se considera el medio comercial en el que se desenvuelve.

Figura 7
proceso de gestión de ventas (creación de campañas)



Fuente: elaboración propia (propuesta del desarrollo de creación de campañas)



1. Crear campaña según criterio y temporada
2. Creación de precios según periodo
3. Revisión del stock de productos para campaña
4. Fijar fechas de inicio y fin de la campaña

Podemos definir que las ventas consideran a varias áreas tales como distribución almacenaje como los canales de atención y los transportes como la comunicación coordinada de los interlocutores y esta a su vez colocar las fechas de atención y entrega de pedidos.

En el desarrollo de las campañas son orientadas según la administración de las condiciones del registro de los productos que considera el desarrollo del flujo de las ventas.

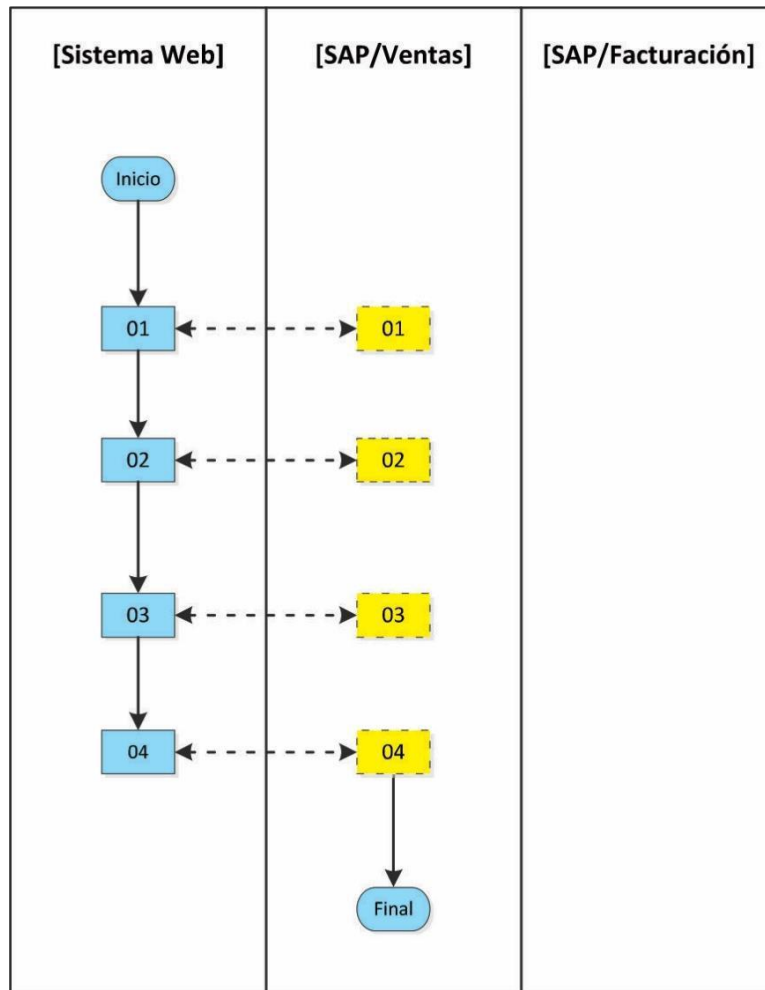
También se considera las condiciones de los registros de las diferentes condiciones que sufre un determinado producto y la propuesta de venta hacia el cliente.

El desarrollo de los accesos se toma como estrategias el manejo del sistema de SAP el cual ayuda en la búsqueda de diferentes condiciones del producto registrado.

La determinación del precio se desarrollará según las condiciones tales como el tipo de ventas y el cliente donde estas mismas serán consideradas para el desarrollo de las campañas.

Figura 8

Proceso de gestión ventas (registro de pedido).



Fuente: elaboración propia (propuesta del registro de pedidos).

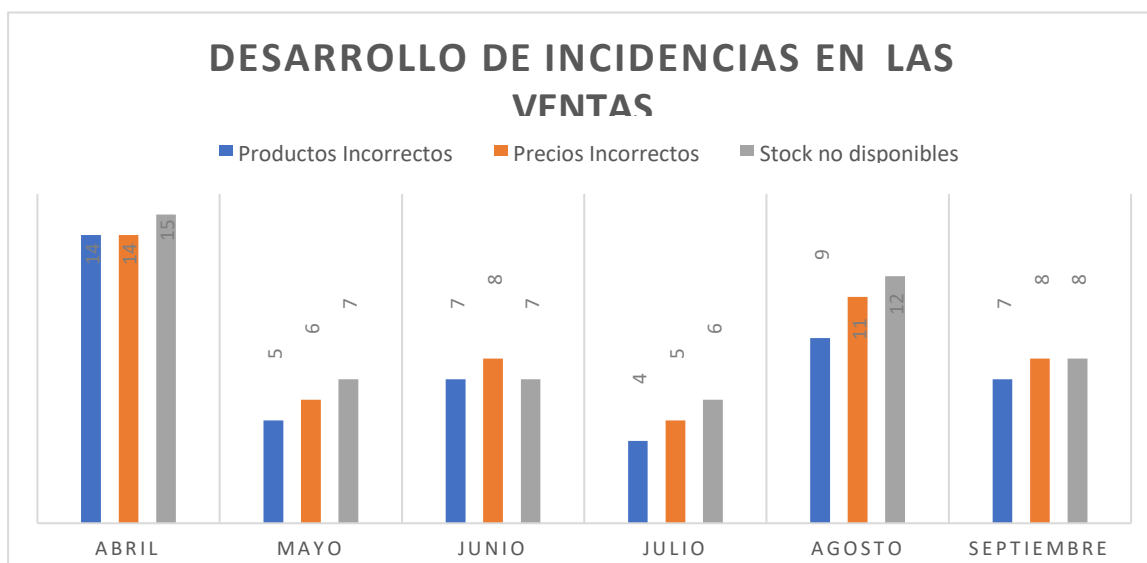
En el desarrollo de las ventas consideramos los pre pedidos ya disponibles en las hojas de picking en la que también se desarrollo los registros de ventas no culminadas por que muestra un flujo de pedidos de ventas no apegadas al stock si por lo contrario a los pedidos considerados por los clientes.

También se considera las salidas de forma automática según sea su facturación de los determinados productos.

Consideramos que el medio de desarrollo de los pedidos son por el sistema web de forma automática según sea la aceptación del cliente y el medio de cancelación por derechos de adquisición de productos esto aplica en clientes minoristas como mayoristas.

Figura 9

desarrollo de incidencias según número de pedidos (TO - BE)



Fuente: elaboración propia (proyección de incidencias de numero de pedidos)

Según el grafico 9 mostrado podemos ver que nuestros resultados representan la comunicación de los clientes con los operarios de ventas, también explicamos la forma de pago según destino de mercadería el cual considera el registro del cliente por única vez y retiene un historial de movimiento de compras, muestra de forma exacta la generación de comisiones por ingreso, desarrolla el manejo de precios de forma adecuada según el tipo de campaña que corresponda al cliente por un periodo determinado, desarrolla la segmentación adecuada de los clientes según histórico de compras, como parte final desarrolla los reportes según necesidades de nuestra empresa ya sea por los movimientos desarrollados mediante la web o de manera presencial.



4.3. Desarrollo de los resultados

Los resultados son basados según el desarrollo de la ERP que este manejo según los indicadores de la gestión de las ventas como el despacho y su facturación en un periodo del mes de abril a septiembre, donde mostramos como promedio de nuestros indicadores de siguiente forma

Tabla 2

promedio de indicadores (AS - IS)

Indicador	Resultado promedio
Gestión de la venta	87,1 %
Despacho y distribución	81,2 %
Facturación	95.2 %

Nota: elaboración propia

Tabla 3

resultados AS -IS de periodo abril a septiembre.

	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.
Cantidad de pedidos	697	695	633	1043	736	543
Cantidad de facturas	4671	4588	3800	5111	4124	3476
(productos) Cantidad de pedidos errados	97	97	63	156	73	81
Producto incorrecto	43	40	26	54	27	29
Precio incorrecto	38	35	20	60	27	25
Stock no disponible	16	22	17	42	19	27



Gestión de las ventas (efectividad)	86.1%	86%	90%	85%	90.1%	85.1%
(servicios) Cantidad de pedidos errados	139	132	101	239	132	92
Retraso	95	97	70	138	79	60
Entrega incompleta	44	35	31	101	53	32
Despacho y distribución (efectividad)	80.1%	81%	84%	77.1%	82.1%	83.1%
Facturas erradas	245	160	212	205	237	155
Facturación (efectividad)	94.8%	96.5%	94.4%	96%	94.3%	95.5%

Nota: la medición de nuestra efectividad es con referencia a los pedidos desarrollados como facturas emitidas que se consideren sin error.

Según resultados en la utilización de SAP para la mejora de nuestros procesos se da referencia a los siguientes resultados:

Tabla 4

promedio de indicadores (TO - BE)

Indicador	Resultado promedio
Gestión de la venta	97,0 %
Despacho y distribución	95,0 %
Facturación	99,7 %

Nota: elaboración propia

Tabla 5*resultados TO - BE de periodo abril a septiembre.*

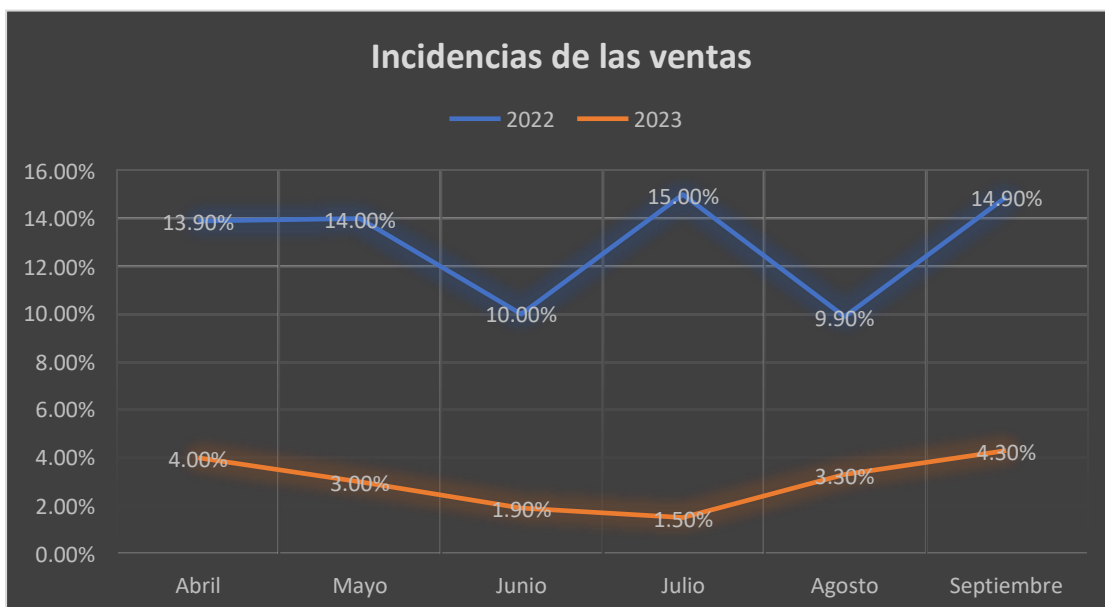
	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Sep.
Cantidad de pedidos	1082	599	1140	1001	969	532
Cantidad de facturas	4764	3899	3420	5008	3587	3406
(productos) Cantidad de pedidos errados	43	18	22	15	32	23
Producto incorrecto	15	7	7	6	12	8
Precio incorrecto	14	6	8	5	11	8
Stock no disponible	14	5	7	4	9	7
Gestión de las ventas (efectividad)	96,0%	97,0%	98,1%	98,5%	96,7%	95,7%
(servicios) Cantidad de pedidos errados	41	37	56	57	32	31
Retraso	33	31	47	47	27	25
Entrega incompleta	8	6	9	10	5	6
Despacho y distribución (efectividad)	96,2%	93,8%	95,1%	94,3%	96,7%	94,2%
Facturas erradas	19	11	7	9	4	14
Facturación (efectividad)	99,6%	99,7%	99,8%	99,8%	99,9%	99,6%

Nota: la medición de nuestra efectividad es con referencia a los pedidos desarrollados como facturas emitidas que se consideren sin error.

Dentro de nuestros resultados también presentamos las incidencias desarrolladas según los procesos ya presentados donde claramente podemos ver las mejoras de cada factor considerado en nuestro estudio.

Figura 10

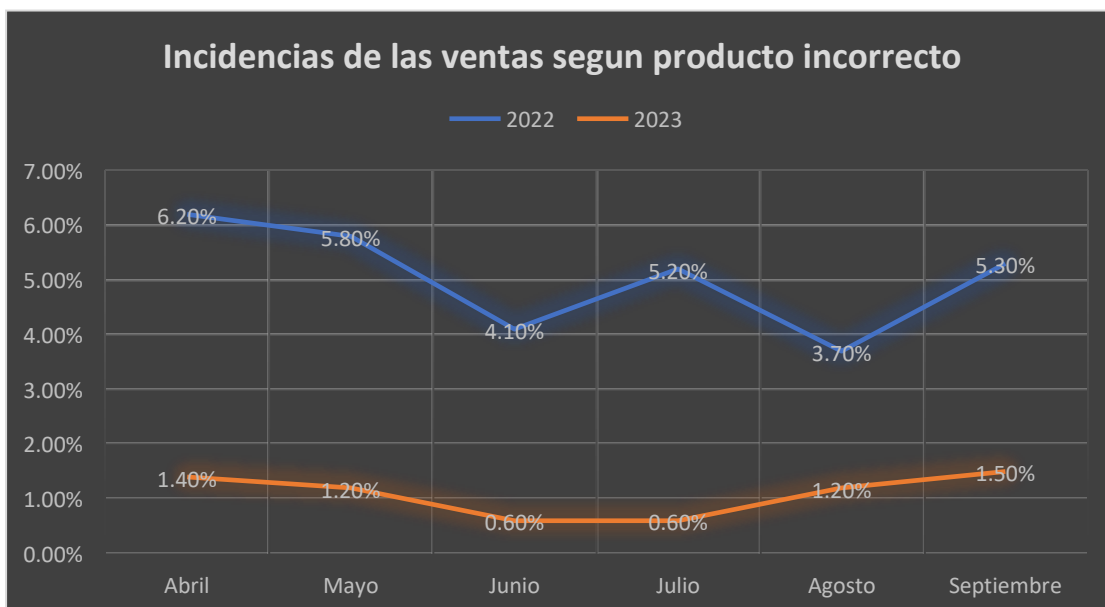
desarrollo de incidencias de la gestión de ventas (venta).



Fuente: elaboración propia

Figura 11

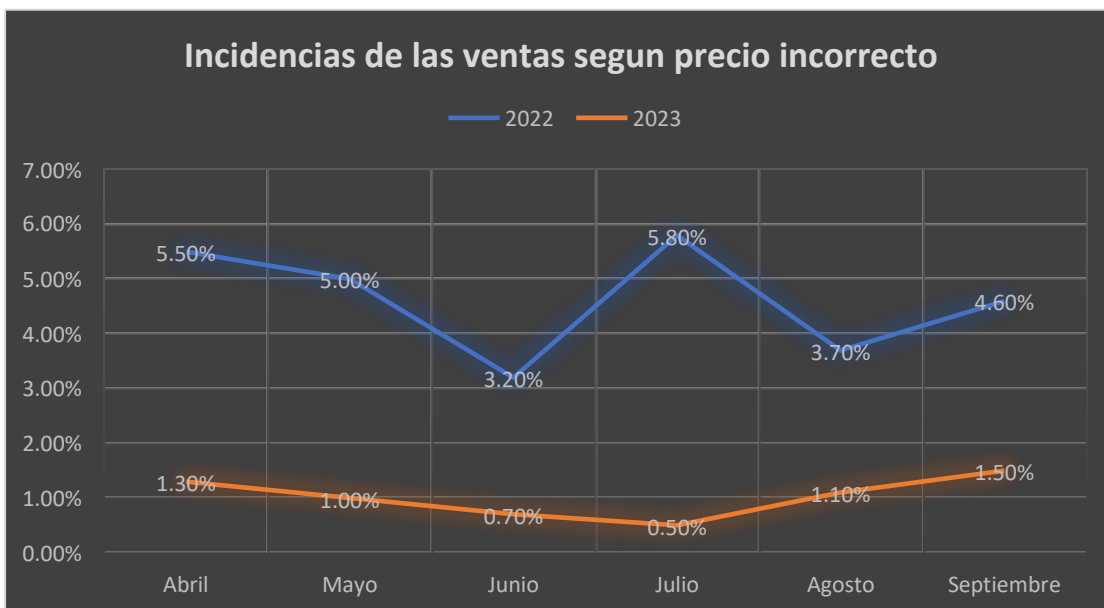
desarrollo de incidencias de la gestión de ventas (venta según producto incorrecto).



Fuente: elaboración propia

Figura 12

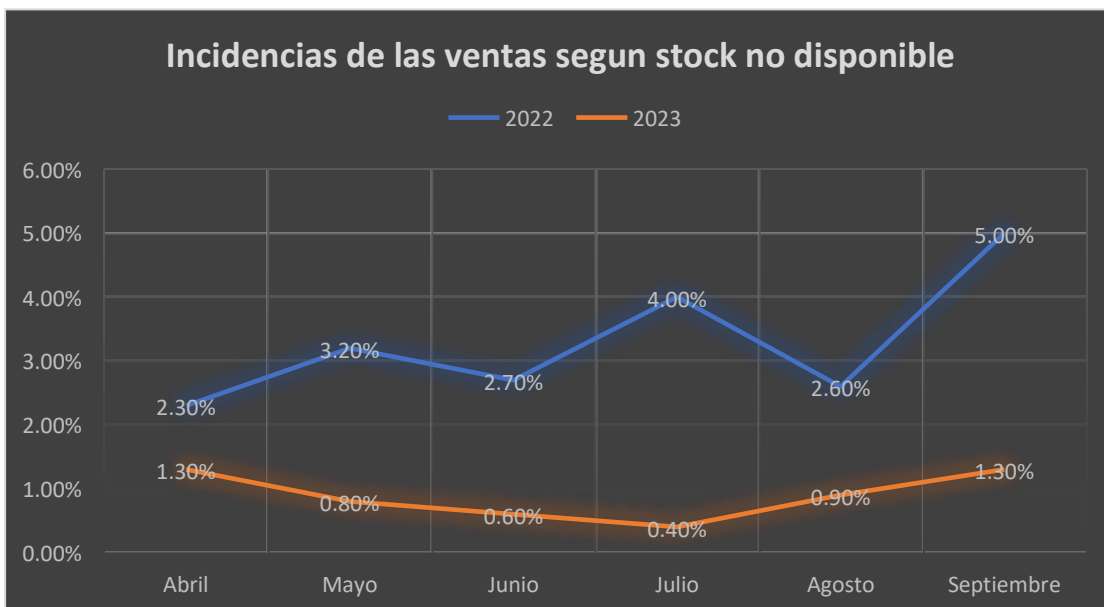
desarrollo de incidencias de la gestión de ventas (venta según precio incorrecto).



Fuente: elaboración propia

Figura 13

desarrollo de incidencias de la gestión de ventas (venta según stock no disponible).

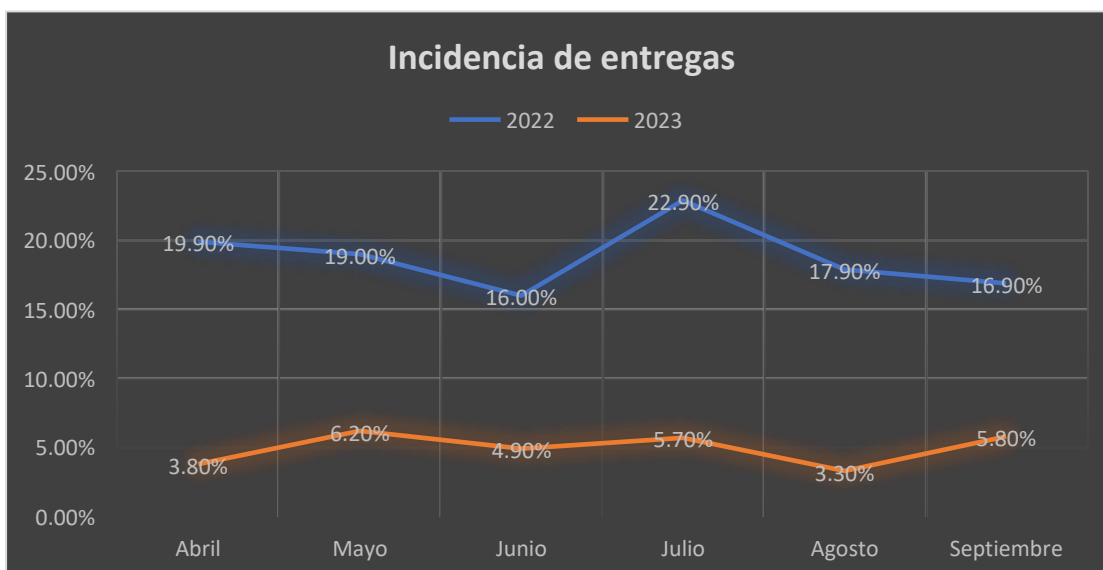


Fuente: elaboración propia

En los resultados presentados en los gráficos podemos ver la evidencia clara de una mejora en el desarrollo de la gestión de ventas que incluye a los factores mostrados tales como producto, precio y stock.

Figura 14

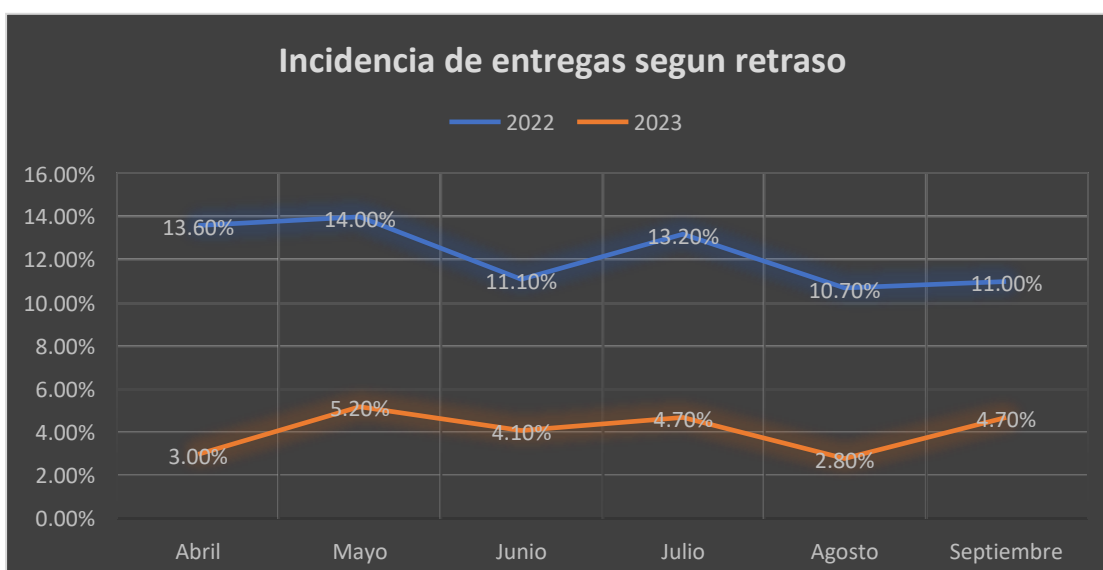
desarrollo de incidencias del despacho y distribución (entregas)



Fuente: elaboración propia

Figura 15

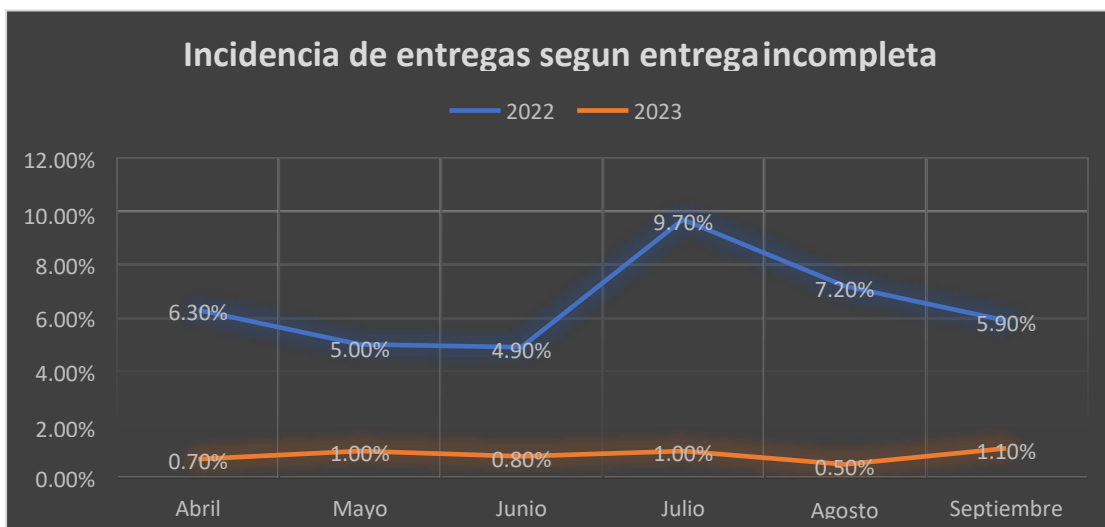
desarrollo de incidencias del despacho y distribución (entregas según retraso).



Fuente: elaboración propia

Figura 16

desarrollo de incidencias del despacho y distribución (entregas según entregas incompletas).

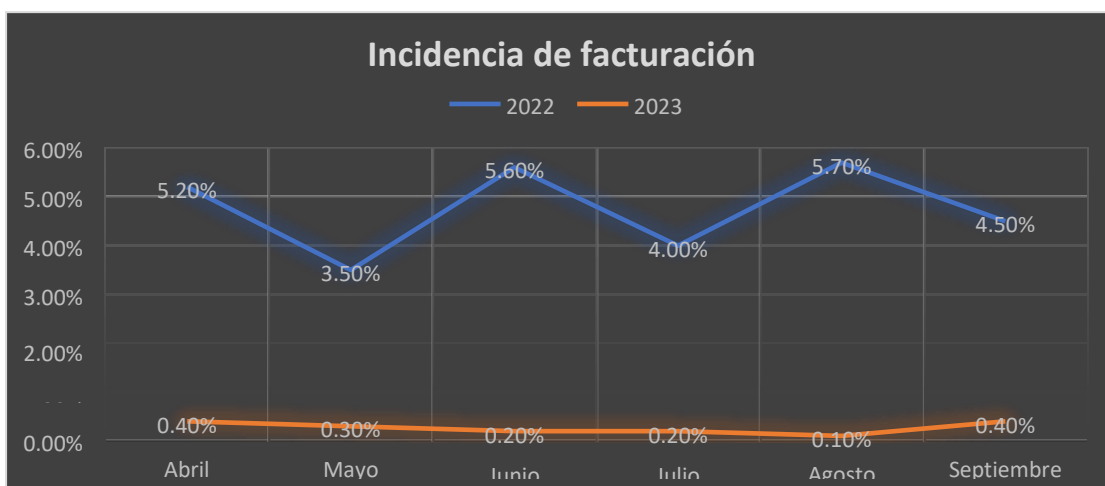


Fuente: elaboración propia

Según nuestros resultados mostrados en los gráficos podemos definir que hay una mejora significativa en el desarrollo y mejora de las entregas ya que disminuyó el retraso de los pedidos.

Figura 17

desarrollo de incidencias de la facturación (facturación)



Fuente: elaboración propia

Según nuestro gráfico también muestra una mejora muy significativa en el desarrollo de la emisión de facturas.



CONCLUSIONES

- Primera.** Concluimos que según los resultados después de la implementación y la aplicación de SAP – ERP se observa que hay una mejora notable en el servicio de la gestión de ventas donde en un inicio presentaba un 87,1 % de efectividad y como crecimiento se dio un 97 % de efectividad, también se dio un crecimiento notable en los procesos intervinientes tales como despacho y distribución que tuvo un crecimiento de 81,2 % a 95 % y como también el desarrollo de procesos de facturación de un 995,2 % a 99,7 %.
- Segunda.** En la gestión de ventas el desarrollo de los procesos intervinientes ayuda a mejorar el manejo de los productos disponibles como también correo un riesgo de manipulación de la información de manera manual, también muestra una mayor flexibilidad en el manejo de la información en cuanto refiere a desarrollo de promociones.
- Tercera.** Podemos considerar que toda mejora desarrollada dentro de la distribución son resultados de la automatización de los diversos procesos que son planificados de manera tal que apoya al control y el monitoreo de mismo transporte de los productos hasta desarrollar su entrega final hacia nuestros clientes.
- Cuarta.** En el desarrollo de nuestro proceso de facturación podemos definir que es el resultado de toda la integración de los diversos procesos intervinientes en el desarrollo de la gestión de ventas donde estas muestra una coordinación adecuada de los procesos y ayudan en registro, entrega y anulación de un determinado pedido como también en la actualización de los stocks actuales.



RECOMENDACIONES

- Primera.** Para el desarrollo de la implementación de una ERP es necesario contar con la tecnología adecuada como también tener un personal capacitado para el manejo de ellos diversos procesos y dar solución en determinados tiempos según muestre una probabilidad de inconvenientes.
- Segunda.** SAP se considera una ERP que maneja una flexibilidad de adecuación a las necesidades de una determina empresa o negocio, por otro lado, antes de la utilización de una ERP se debe de considerar las diversas actividades intervinientes dentro de una empresa para a si tener una mejor visión de la utilización de las funcionalidades de SAP.
- Tercera.** En cuanto refiere al desarrollo de la movilidad de los productos según sea su destino de entrega se debe de considerar el uso de la aplicación SAP móvil para tener una mayor versatilidad en el desarrollo de este proceso.
- Cuarta.** Para la implementación y posterior manejo del sistema ERP los usuarios designados a su utilización y administración deberán de estar capacitados para tener una mayor versatilidad en la utilización de la ERP y así tener una mayor productividad.



BIBLIOGRAFÍA

Boada, A., Mayorca, R., (2011). Planificación de demanda, en empresas con estilo de venta por catálogo. Revista lasallista de investigación., Vol. 8 No. 2.

Chopra, S. y Meindl, P. (2013). Administración de la cadena de suministro: estrategia, planeación y operación, 5ta edición. México, DF: Pearson Prentice Hall.

CVOSOFT IT ACADEMY (2012). CVOSOFT. Extraído el 23 de septiembre del 2012 recuperado a partir de <http://www.cvosoft.com/>

Laudon, K. y Laudon, J. (2012). Sistemas de Información Gerencial, 12va edición. México, DF: Pearson Prentice Hall.

SAP AG (2003). A la Conquista de la Pequeña y Mediana Empresa. SAP

Perspectiva Supply Chain Council (2010a). Supply Chain Operations Reference Model Version 10.0. USA: The Supply Chain Council.



ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Método
<p>General</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo la propuesta de la planificación de recursos empresariales para la distribución y ventas de la empresa kiut influye en el nivel del servicio? 	<p>General</p> <ul style="list-style-type: none"> Desarrollar una propuesta de la planificación de recursos empresariales para la distribución y ventas de la empresa kiut que influya en el nivel del servicio 	<p>General</p> <ul style="list-style-type: none"> La propuesta de la planificación de recursos empresariales para la distribución y ventas de la empresa kiut incrementara el nivel del servicio 	<p>Independiente</p> <ol style="list-style-type: none"> Propuesta de la ERP 	<p>El método utilizado es el descriptivo por razones que la evaluación de los datos de los diferentes procesos nos ayuda a la identificación de las diversas oportunidades para la mejora como la utilización de diferentes herramientas para su correcto aprovechamiento.</p>
<p>Específico</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cómo el desarrollo de la gestión del proceso de ventas perjudica el nivel del servicio? ¿Cómo el desarrollo de la distribución y despacho influye en el nivel del servicio? ¿Cómo el desarrollo de la facturación influirá en el servicio? 	<p>Específico</p> <ul style="list-style-type: none"> Plantear una mejora en la gestión del proceso de ventas que ayude en el nivel del servicio Plantear una mejora en el desarrollo de la distribución y despacho que ayude en el nivel del servicio Plantear el desarrollo de la facturación que ayude en el desempeño del mejor servicio 	<p>Específico</p> <ul style="list-style-type: none"> La automatización de la gestión del proceso de ventas que mejorara el nivel del servicio La automatización de la distribución y despacho ayudara en el nivel del servicio La automatización del desarrollo de la facturación ayudara en el desempeño del <u>mejor servicio</u> 	<p>Dependiente</p> <ol style="list-style-type: none"> Distribución y venta 	



UNIVERSIDAD ANDINA NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE INGENIERÍA DE SISTEMAS
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA DE SISTEMAS



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN JUICIO DE EXPERTOS

XIII. TITULO DE MI TESIS PROPUESTA DE LA PLANIFICACION DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCION Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT

XIV. REFERENCIAS:

- g. Experto/Nombres : RUBEN PLACIDO LERMA TIPO
- h. Especialidad : INGENIERO DE SISTEMAS
- i. Cargo Actual : INGENIERO ESPECIALISTA

XV. AUTOR DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:

Bach. ROSALINDA ERICA ARCANA APAZA

XVI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

(1 = Deficiente; 2 = Regular; 3 = Buena; 4 = Muy buena; 5 = Excelente)

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. Claridad	Está redactado con lenguaje apropiado					X
2. Objetividad	Está expresado en capacidades observables					X
3. Actualidad	Está adecuado al avance de la ciencia					X
4. Organización	Existe una organización lógica de los ítems y las variables				X	
5. Suficiencia	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes					X
6. Intencionalidad	Esta adecuada para cumplir los objetivos de la investigación					X
7. Consistencia	Está basado en aspectos teóricos y científicos					X
8. Coherencia	Entre las dimensiones, indicadores e ítems				X	
9. Metodología	Responde al propósito de la investigación					X
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					X

Coefficiente de valoración porcentual. C = Total/50

XVII. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

.....

XVIII. RESOLUCIÓN DEL EXPERTO

Aprobado (C>75%=0.75)

Desaprobado (C<75%=0.75)

LUGAR Y FECHA: Juliaca, 27 de noviembre del 2024


RUBEN PLACIDO LERMA TIPO
CIP: 122393



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

VII. TÍTULO DE MI TESIS PROPUESTA DE LA PLANIFICACION DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCION Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT

VIII. REFERENCIAS:

d. Experto/Nombres : *Ramiro Antonio Rodriguez Saravia*
 e. Especialidad : INGENIERO DE SISTEMAS
 f. Cargo Actual : *Docente*

IX. AUTOR DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:

Bach. ROSALINDA ERICA ARCANA APAZA

X. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

(1 = Deficiente; 2 = Regular; 3 = Buena; 4 = Muy buena; 5 = Excelente)

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. Claridad	Está redactado con lenguaje apropiado					X
2. Objetividad	Está expresado en capacidades observables					X
3. Actualidad	Está adecuado al avance de la ciencia					X
4. Organización	Existe una organización lógica de los ítems y las variables				X	
5. Suficiencia	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes					X
6. Intencionalidad	Esta adecuada para cumplir los objetivos de la investigación					X
7. Consistencia	Está basado en aspectos teóricos y científicos					X
8. Coherencia	Entre las dimensiones, indicadores e ítems				X	
9. Metodología	Responde al propósito de la investigación					X
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					X

Coefficiente de valoración porcentual. $C = Total/50$

XI. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

.....

XII. RESOLUCIÓN DEL EXPERTO

Aprobado (C>75%=0.75)

Desaprobado (C<75%=0.75)

LUGAR Y FECHA: Juliaca, 27 de noviembre del 2024



80417269



FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

JUICIO DE EXPERTOS

VII. TÍTULO DE MI TESIS PROPUESTA DE LA PLANIFICACION DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCION Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT

VIII. REFERENCIAS:

- d. Experto/Nombres : ADELMA YUCRA YUCRA
- e. Especialidad : INGENIERO DE SISTEMAS
- f. Cargo Actual : ING. ESPECIALISTA

IX. AUTOR DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN:

Bach. ROSALINDA ERICA ARCANA APAZA

X. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

(1 = Deficiente; 2 = Regular; 3 = Buena; 4 = Muy buena; 5 = Excelente)

INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1. Claridad	Está redactado con lenguaje apropiado					X
2. Objetividad	Está expresado en capacidades observables					X
3. Actualidad	Está adecuado al avance de la ciencia					X
4. Organización	Existe una organización lógica de los ítems y las variables				X	
5. Suficiencia	Valora las dimensiones en cantidad y calidad suficientes					X
6. Intencionalidad	Esta adecuada para cumplir los objetivos de la investigación					X
7. Consistencia	Está basado en aspectos teóricos y científicos					X
8. Coherencia	Entre las dimensiones, indicadores e ítems				X	
9. Metodología	Responde al propósito de la investigación					X
10. Pertinencia	Es útil y adecuado para la investigación					X

Coefficiente de valoración porcentual. C = Total/50

XI. OBSERVACIONES Y RECOMENDACIONES

.....

XII. RESOLUCIÓN DEL EXPERTO

Aprobado (C>75%=0.75)

Desaprobado (C<75%=0.75)

LUGAR Y FECHA: Juliaca, 27 de noviembre del 2024

DNI 02174120



ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 11/04/2024

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: ROSALINDA ERICA ARCANA APAZA

Dirección: Urb. El Carmen Mz. N lt 1 – Juliaca

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 70405155

Teléfono: 922769615 email: rosalinda99505@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: INGENIERÍA DE SISTEMAS

Escuela Profesional o Mención: INGENIERÍA EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

Título o Grado Académico a optar: INGENIERO EMPRESARIAL E INFORMÁTICO

Asesor: Mtro. RAMIRO ARTURO RODRIGUEZ SARAVIA

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: PROPUESTA DE LA PLANIFICACIÓN DE RECURSOS EMPRESARIALES PARA LA DISTRIBUCIÓN Y VENTAS DE LA EMPRESA KIUT

Palabras claves, (3 a 5 términos): ERP, Distribución, Ventas, Procesos.

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?

2

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entré otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Titulo 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

- Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
- Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
- No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

- Sí autorizo
- No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.

Internacional

Nacional

Línea de investigación: DIRECCIÓN Y ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS – P25

Firma de Autor



huella digital

11 - ABRIL - 2024

Fecha