



TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

“Diseño e implementación de un sistema logístico para optimizar la gestión de ventas en la empresa Comercio & Cía. S.A. – Ate, 2026.”

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
Licenciado en Administración y Dirección de Negocios

PRESENTADO POR:

Álvarez Sánchez, Luis Alejandro - Administración y Dirección de Negocios

ASESOR

Velasquez Tapullima, Pedro Alfonso

LIMA, PERÚ

2026

ASESOR Y MIEMBROS DEL JURADO

ASESOR:

Velasquez Tapullima, Pedro Alfonso

MIEMBROS DEL JURADO

Huertas Valladares, Eduardo José

Quijano Aranibar, Ivan Ernesto

Ortiz Clarke, Dafne Ivette

INFORME TURNITIN



Página 1 de 55 - Portada

Identificador de la entrega: tm:old::30163:628245821

Diseño e implementación de un sistema logístico para optimizar la gestión de ventas en la empresa Comercio & Cía. ...

Instituto San Ignacio de Loyola - ISIL

Detalles del documento

Identificador de la entrega
tm:old::30163:628245821

Fecha de entrega
22 sep 2026, 4:04 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
22 sep 2026, 4:16 p.m. GMT-5

Nombre del archivo
Diseño e implementación de un sistema logístico para optimizar la gestión de ventas en la empr....pdf

Tamaño del archivo
1.3 MB

49 páginas

8897 palabras

55.313 caracteres

11% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- » Bibliografía
- » Texto citado
- » Texto mencionado
- » Coincidencias menores (menos de 10 palabras)

Exclusiones

- » N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

10% Fuentes de Internet
0% Publicaciones
6% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

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

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



Página 1 de 55 - Portada

Identificador de la entrega: tm:old::30163:628245821

DEDICATORIA

A mis adorados padres, por su dedicación, lecciones y respaldo incondicional, quienes han representado el soporte esencial en cada fase de mi existencia.

A mis hermanos, por su amor, empatía y motivadoras palabras, que me animaron a alcanzar este valioso éxito en mi carrera.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a los profesores de la Escuela de Negocios de ISIL por impartir sus saberes y apoyar mi desarrollo académico y profesional.

ÍNDICE TEMÁTICO

DEDICATORIA.....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
ÍNDICE TEMÁTICO.....	6
ÍNDICE DE FIGURAS.....	8
RESUMEN.....	9
ABSTRACT.....	10
INTRODUCCIÓN.....	11
1. Información general.....	12
1.1. Objetivo general.....	12
1.2. Justificación.....	12
1.3. Metodología.....	13
2. Contexto institucional.....	15
2.1. Antecedentes de la institución.....	15
2.1.1. Nombre y descripción de la organización.....	15
2.1.2. Visión.....	16
2.1.3. Misión.....	16
2.1.4. Objetivos institucionales.....	16
2.1.5. Actividad principal y giro de negocio.....	17
2.2. Estructura organizativa.....	18
2.2.1. Organigrama general de la institución.....	18
2.2.2. Lugar o área donde se desempeñaron las funciones.....	19
3. Descripción de las funciones profesionales.....	21
3.1. Cargo ocupado.....	21
3.2. Funciones y responsabilidades.....	21
3.3. Logros alcanzados.....	22
3.3.1. Resultado de la implementación de tareas.....	22
3.3.2. Mejoras o aportes específicos derivados de tu desempeño.....	22
3.3.3. Marco teórico.....	23
3.3.4. Bases teóricas.....	25
3.3.4.1 Sistema logístico.....	25
3.3.4.2 Gestión de ventas.....	29
4. Resultado y evidencias de la aplicación profesional.....	33
4.1. Implementación práctica.....	33
4.2. Problemas a resolver.....	34
4.3. Implementación de reforma integral administrativa.....	35

4.3.1. Creación de identidad organizacional 36

4.3.2. Formulación del Manual de Organización de Funciones MOF 36

Conclusiones 39

Recomendaciones 41

Referencias bibliográficas 42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Organigrama de la empresa Comercio y Compañía	18
Figura 2 Plano de ubicación de Oficinas Administrativas	20
Figura 3 Plano de ubicación de los Almacenes	20
Figura 4 Datos de la empresa Comercio & Cia S.A.	46
Figura 5 Dashboard de seguimiento de despachos implementado en Power BI	47
Figura 6 Base de datos compartida en Google Drive para la actualización de estados de despacho	48
Figura 7 Actualización de estados de pedidos por parte de los conductores.	49
Figura 8 <i>Constancia de trabajo</i>	50

RESUMEN

El presente Trabajo de Suficiencia Profesional tuvo como propósito diseñar e implementar un sistema logístico orientado a mejorar la gestión de ventas en la empresa Comercio & Cía. S.A., ubicada en Ate, durante el año 2026. La propuesta surgió a partir de las dificultades identificadas en el seguimiento de pedidos y despachos, principalmente por la falta de información centralizada, la comunicación limitada entre las áreas comercial y operativa y el tiempo empleado para conocer el estado de las entregas. Para atender esta situación, se desarrolló una solución basada en Microsoft Excel, Google Drive y Power BI, mediante la cual se estructuró y centralizó la información de los pedidos, se permitió la actualización de sus estados durante el proceso de despacho y se habilitó su visualización mediante un dashboard. La implementación comprendió el diagnóstico del proceso existente, la organización de la información, el diseño de la herramienta de seguimiento y la evaluación de sus resultados. Como resultado, se logró mejorar la disponibilidad y trazabilidad de los datos, facilitar la coordinación entre las áreas involucradas y reducir los pedidos que permanecían pendientes en el almacén. Antes de la implementación se registraban aproximadamente entre cinco y seis pedidos pendientes por semana; posteriormente, esta cantidad se redujo a niveles cercanos a cero al finalizar la jornada, salvo situaciones excepcionales. En consecuencia, el sistema contribuyó a fortalecer el control de los despachos, agilizar la atención de consultas y mejorar la gestión comercial y el servicio brindado al cliente.

Palabras clave: sistema logístico, gestión de ventas, seguimiento de pedidos, despachos, trazabilidad, Power BI

ABSTRACT

This Professional Sufficiency Project aimed to design and implement a logistics system to improve sales management at Comercio & Cía. S.A., located in Ate, during 2026. The proposal was developed in response to difficulties identified in order and delivery monitoring, mainly related to the lack of centralized information, limited communication between commercial and operational areas, and the time required to obtain updates on delivery status. To address these issues, a solution based on Microsoft Excel, Google Drive, and Power BI was developed. This solution allowed order information to be structured and centralized, delivery statuses to be updated throughout the dispatch process, and relevant information to be displayed through a dashboard. The implementation involved diagnosing the existing process, organizing the available information, designing the tracking tool, and evaluating its results. The implementation improved data availability and traceability, facilitated coordination between the areas involved, and reduced the number of orders remaining pending in the warehouse. Before the implementation, approximately five to six pending orders were recorded per week; afterwards, this figure decreased to levels close to zero by the end of the working day, except in exceptional situations. Therefore, the implemented system contributed to strengthening dispatch control, speeding up the response to inquiries, and improving both sales management and customer service.

Keywords: logistics system, sales management, order tracking, dispatches, traceability, Power BI.

INTRODUCCIÓN

El objetivo de este trabajo es crear un sistema logístico que busque optimizar la gestión de ventas en Comercio & Cía. S.A. En mi puesto como Asistente Logístico Comercial, he notado en mis funciones diarias que el equipo de ventas no realiza un seguimiento adecuado de los despachos, lo que ha generado insatisfacción en los clientes, ya que los productos no arribaban en las fechas establecidas. Además, existían problemas de comunicación entre el departamento de ventas y el de despachos, retrasos en las respuestas hacia los clientes y falta de control sobre los pedidos en el almacén, entre otros inconvenientes. La propuesta que se presenta implica la implementación de un sistema de control logístico que reúna la información y permita observar el estado de los despachos mediante un Dashboard en Power BI, lo que facilitará una gestión más eficiente y una optimización del proceso de toma de decisiones en el sector comercial.

Este proyecto también pretende mostrar lo importante que es integrar soluciones tecnológicas en los procesos logísticos y de ventas para mejorar el control de la información, optimizar el seguimiento de los despachos y facilitar el análisis de los indicadores de rendimiento. De esta manera, se espera presentar una solución efectiva que mejore la eficiencia operativa y añada valor a la empresa.

1. Información general

1.1. Objetivo general

Fundamentalmente el objetivo de este trabajo es crear y poner en práctica un sistema logístico que mejore la gestión de las ventas en la compañía Comercio & Cía. S.A., lo que facilitará una mejor trazabilidad de los envíos, fortalecerá el control de las actividades y ayudará a lograr una gestión logística más efectiva.

1.2. Justificación

La propuesta actual se presenta como una solución a las dificultades que enfrenta la empresa Comercio & Cía. S.A. en relación con la disponibilidad y supervisión de la información referente a los despachos diarios. Esta situación genera que el departamento comercial carezca de datos actualizados sobre el estado de los pedidos, lo que conlleva a tener que realizar constantes consultas entre diferentes áreas, inconvenientes en la atención al cliente y dificultades para solucionar problemas de forma oportuna. Así, la ausencia de un sistema centralizado de control afecta la continuidad del proceso logístico y la efectividad en la gestión comercial.

La propuesta se basa en la gestión de procesos “Business Process Management” (BPM), que defiende que el perfeccionamiento constante de los procedimientos internos de la organización fomenta un aumento en la eficacia operativa y añade valor a la compañía. Desde este punto de vista, el diseño y la implementación de un sistema logístico para monitorear los despachos contribuirá a integrar la información entre las áreas relevantes, mejorar el control operativo, simplificar la toma de decisiones y perfeccionar el cumplimiento de las entregas,

esto beneficiará tanto al desempeño de la gestión comercial como a la satisfacción del cliente.

1.3. Metodología

La planificación para desarrollar esta propuesta se estructura en fases consecutivas que simplifican la elaboración, la implementación y el análisis de un sistema logístico que posibilita el monitoreo en tiempo real de las entregas, con el propósito de mejorar la gestión de ventas en la compañía Comercio & Cía. S.A.

Etapas 1: Análisis del proceso actual

Durante esta etapa, se examina la circulación de información entre las secciones de almacén, transporte y ventas, subrayando las principales dificultades en el monitoreo de envíos, la comunicación interna y el acceso a datos necesarios para la toma de decisiones.

Etapas 2: Creación del sistema logístico

Se desarrolla un modelo operativo que se basa en recolectar los datos del sistema interno de la empresa, su análisis en Excel y la estructuración de la información en una base de datos. También se establece cómo se actualizarán los estados por parte del personal de transporte usando Google Drive.

Etapla 3: Implementación de la plataforma de seguimiento

Se coloca la base de datos en Google Drive como un repositorio central, lo que permite a los conductores actualizar el estado de los pedidos (en ruta, despachado, con observaciones) en tiempo real durante las entregas.

Etapla 4: Integración con Power BI

Se enlaza la base de datos a Power BI, creando un panel dinámico para visualizar la situación de los despachos, los tiempos de entrega y otros indicadores importantes para el departamento de ventas.

Etapla 5: Análisis del sistema

Se analiza el rendimiento del sistema implementado mediante la evaluación de métricas como el tiempo de acceso a la información, la frecuencia de actualizaciones de datos, la disminución de consultas entre departamentos y la mejora en la atención al cliente.

2. Contexto institucional

2.1. Antecedentes de la institución

2.1.1. Nombre y descripción de la organización

Comercio & Cía. S.A. es una compañía peruana que se destina a la venta de llantas, aros, cámaras y entre otros productos complementarios para los sectores de transporte, minería, construcción, agricultura e industria. Su propuesta de valor consiste en brindar soluciones completas a través de un conjunto de marcas reconocidas y un servicio que se enfoca en cumplir con las necesidades de cada cliente.

La compañía lleva a cabo sus actividades en las áreas de ventas, logística, almacenamiento, servicio postventa y administración, las cuales colaboran de manera conjunta para asegurar un suministro adecuado de productos y mantener los compromisos comerciales. Además, posee oficinas administrativas en Ate y almacenes en Huachipa, desde donde se gestionan las actividades de almacenamiento, preparo y envío de mercancía.

Como parte de su enfoque en la mejora constante, Comercio & Cía. S.A. fomenta la utilización de herramientas tecnológicas que ayuden a optimizar el manejo de las tareas, mejorar la comunicación entre las áreas y facilitar la determinación de decisiones, siempre enfocándose en la eficacia operativa y en la satisfacción de sus clientes.

2.1.2. Visión

“Consolidarse como una empresa líder y referente en la comercialización de neumáticos, aros, cámaras y productos complementarios para los sectores de transporte, minería, construcción, agricultura e industria, distinguiéndose por la calidad de sus productos, la eficiencia de sus procesos logísticos y comerciales, la innovación y el compromiso con la satisfacción de sus clientes.”

2.1.3. Misión

“Brindar soluciones integrales mediante la comercialización de neumáticos, aros, cámaras y productos complementarios para los sectores de transporte, minería, construcción, agricultura e industria, ofreciendo productos de calidad, atención especializada y un servicio eficiente que contribuya a satisfacer las necesidades de los clientes y fortalecer relaciones comerciales sostenibles.”

2.1.4. Objetivos institucionales

- Brindar soluciones integrales mediante la comercialización de neumáticos, aros, cámaras y productos complementarios que satisfagan las necesidades de los clientes.
- Garantizar un servicio de atención oportuno y de calidad durante todas las etapas del proceso comercial.
- Fortalecer y optimizar el servicio postventa para incrementar la satisfacción y fidelización de los clientes.

- Consolidar el posicionamiento de las marcas comercializadas, ampliando su presencia y reconocimiento en el mercado.
- Optimizar la eficiencia y efectividad de los métodos logísticos, comerciales y administrativos mediante la mejora continua.
- Mantener un adecuado nivel de abastecimiento que permita atender los requisitos de los clientes de manera oportuna.
- Fortalecer las relaciones comerciales con clientes y proveedores, promoviendo vínculos basados en la confianza y el beneficio mutuo.
- Promover el desarrollo de las habilidades del personal mediante la capacitación continua, con el fin de fortalecer el desempeño organizacional y la calidad del servicio.

2.1.5. Actividad principal y giro de negocio

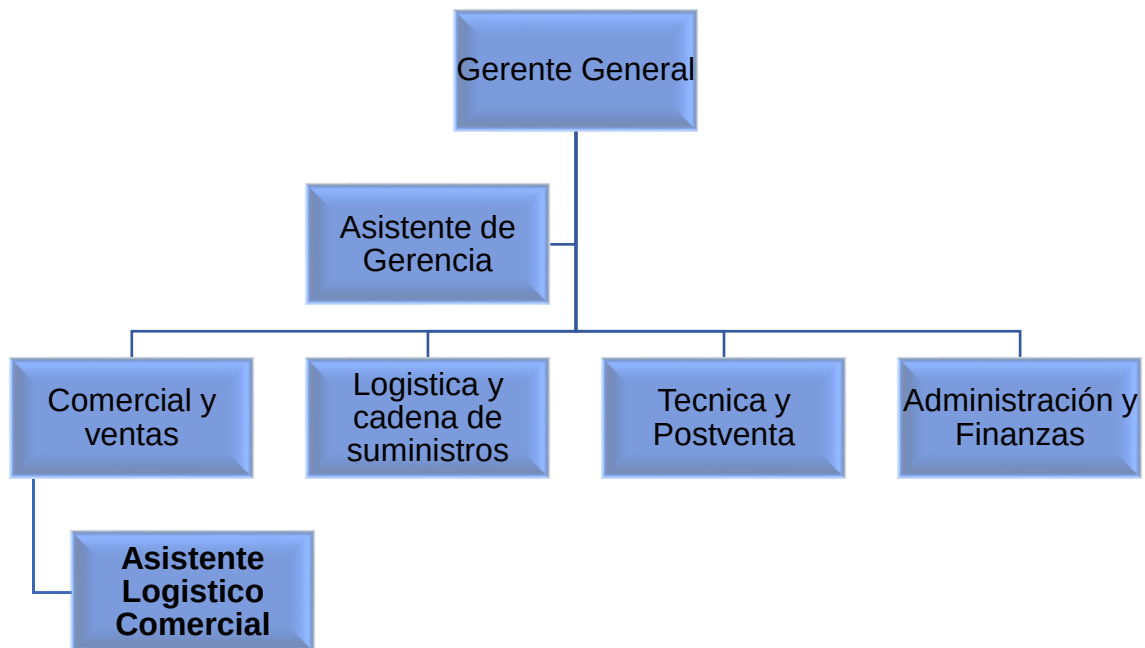
Comercio & Cia S.A. se dedica a la distribución y venta de llantas, aros, cámaras y otros artículos relacionados para automóviles ligeros, vehículos de carga pesada y equipos de sectores como la minería, la construcción, la industria y el transporte. Su actividad empresarial está enfocada en proporcionar soluciones integrales de suministro, acompañadas de asesoramiento especializado y atención individualizada. Así, la compañía intenta atender de manera efectiva las demandas de sus clientes y garantizar el funcionamiento continuo de sus operaciones.

2.2. Estructura organizativa

2.2.1. Organigrama general de la institución

Figura 1

Organigrama de la empresa Comercio y Compañía



Nota: Organización de los cargos en la empresa para orientar las funciones y responsabilidades por cada área operativa

Dentro del área Comercial y Ventas se encuentra el puesto de Asistente Logístico Comercial, cuya labor consiste en ayudar en la organización de pedidos, supervisar envíos, gestionar la documentación comercial y facilitar el trabajo conjunto entre la zona de ventas y logística para garantizar un servicio al cliente eficaz.

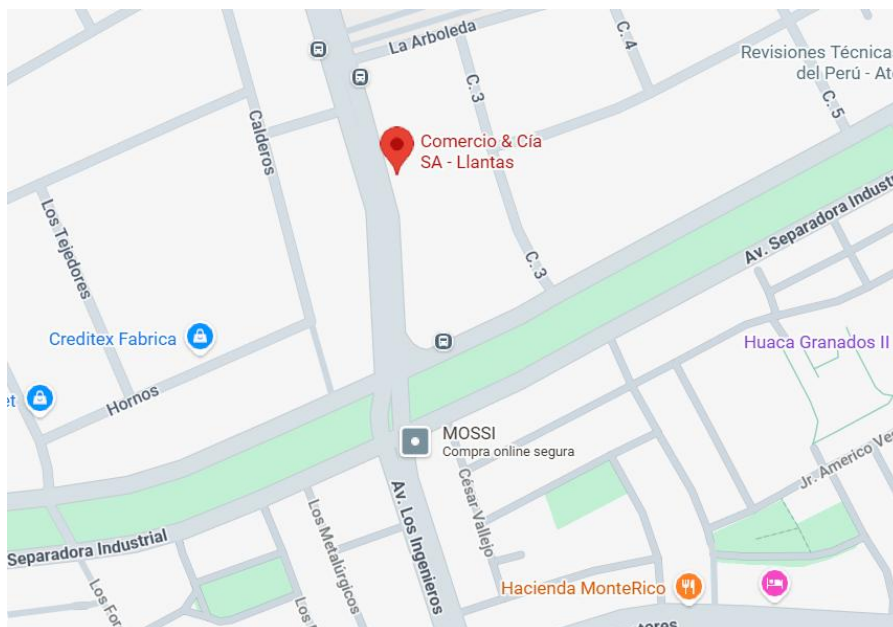
2.2.2. Lugar o área donde se desempeñaron las funciones

Las instalaciones de la compañía están repartidas en dos ubicaciones principales, cada una con funciones distintas en sus operaciones. La ubicación en Av. Los Ingenieros 154, en el distrito de Ate, alberga las oficinas administrativas, donde se agrupan los departamentos de gestión, comercial, financiero, recursos humanos, entre otros

En contraste, en Huachipa se encuentran los almacenes y áreas operativas, que se dedican a la recepción, almacenaje y reparto de mercadería, así como a llevar a cabo actividades logísticas que permiten el suministro y envío a nivel nacional.

Figura 2

Plano de ubicación de Oficinas Administrativas



Nota: En la imagen se aprecia cómo llegar a la empresa dentro del mapa.

Figura 3

Plano de ubicación de los Almacenes



Nota: En la imagen se aprecia cómo llegar a los almacenes dentro del mapa.

3. Descripción de las funciones profesionales

3.1. Cargo ocupado

Asistente Logístico Comercial

Brinda soporte en la gestión operativa y administrativa de las áreas de ventas y logística, colaborando en el seguimiento de pedidos, coordinación de despachos, control de documentación, actualización de registros y atención a clientes y proveedores. Asimismo, apoya en la interacción entre la sección de ventas y el departamento de almacén, contribuyendo a asegurar el correcto flujo de información y el cumplimiento oportuno de las actividades de suministro y reparto dentro de la compañía.

3.2. Funciones y responsabilidades

- Organiza el registro, supervisión y gestión de los pedidos entre el departamento de ventas y el almacén.
- Colabora en la creación, revisión y almacenamiento de documentos comerciales y logísticos.
- Realiza el monitoreo de envíos y la entrega de productos para respaldar que se cumplan los tiempos acordados.
- Renueva los sistemas internos y se comunica con clientes, proveedores y departamentos relacionados para asegurar un adecuado intercambio de información.

3.3. Logros alcanzados

Durante el tiempo que vengo desempeñando mis roles como Asistente Logístico Comercial, creé y puse en marcha un sistema logístico que mejora la gestión de ventas, con el fin de facilitar la comunicación entre los departamentos comercial y logístico.

Antes de que se implementara este sistema, era común que entre cinco o seis pedidos por semana se quedaran en el almacén sin ser enviados debido a la falta de un control adecuado. Con la ejecución del sistema logístico y el uso del Dashboard en Power BI, se pudo detectar en tiempo real los pedidos pendientes, lo que permitió que el equipo comercial organizara su envío el mismo día. Como consecuencia, se logró un mayor cumplimiento en las entregas programadas, se mejoró el control de los despachos y se aumentó la satisfacción de los clientes al recibir sus pedidos en los plazos acordados.

3.3.1. Resultado de la implementación de tareas

La adopción del sistema hizo posible que el número de pedidos pendientes en el almacén disminuyera de un promedio de cinco a seis por semana a casi cero al finalizar el día, a excepción de situaciones excepcionales que eran identificadas y manejadas de manera oportuna por el equipo de ventas.

3.3.2. Mejoras o aportes específicos derivados de tu desempeño

- Producción de un Dashboard en Power BI para observar el estado de los pedidos en tiempo real.

- Consolidación de la información sobre los envíos, haciendo más fácil el acceso a datos actualizados para el departamento comercial.
- Optimización de la colaboración entre los departamentos comercial y logístico para garantizar el envío puntual de los pedidos.
- Disminución de los pedidos acumulados en el almacén, lo que permite un mejor cumplimiento de las entregas planificadas.
- Mejora en el servicio al cliente, gracias a un monitoreo más exacto y oportuno de los envíos.

3.3.3. Marco teórico

Antecedentes Nacionales

Como antecedente en el ámbito nacional, Licito (2024) menciona en su estudio “Sistema de información en la gestión de ventas de una empresa exportadora-importadora de Lima 2023”, realizado en la Universidad César Vallejo, que su objetivo fue examinar el impacto de crear un sistema de información en la gestión de ventas. La investigación se llevó a cabo utilizando un enfoque cuantitativo y un diseño preexperimental que analiza cómo se comportan los procesos de la empresa antes y después de implementar el sistema. Los resultados más significativos incluyeron una notable reducción en el tiempo de respuesta de los proveedores, un aumento en la cantidad de órdenes procesadas de manera exitosa y una mejora en la gestión de la información comercial. El autor concluye que la incorporación de herramientas tecnológicas fortalece la gestión de ventas al ofrecer datos precisos para la toma de decisiones. Este trabajo se considera fundamental para la presente investigación, ya que demuestra cómo un sistema de

información puede contribuir a optimizar los procesos comerciales y aumentar el rendimiento del área de ventas.

En otro estudio, Villegas (2022) recopiló propuestas para investigar la implementación de un sistema de control de pedidos y envíos de productos elaborados en El Chalán S.A.C. en Piura, 2022. El objetivo era desarrollar un sistema que mejorara la supervisión de los pedidos y la gestión de los envíos. Para esto, utilizó un enfoque cuantitativo con un nivel descriptivo y un diseño no experimental. Los resultados mostraron que la empresa presenta falencias en la gestión de los pedidos y que la implementación de un sistema especializado facilitaría una mejor coordinación entre las áreas involucradas y potenciaría el cumplimiento de los envíos. Esta información está directamente relacionada con el estudio actual, ya que refuerza la necesidad de utilizar herramientas que apoyen el seguimiento de pedidos y fortalezcan la logística en las organizaciones.

Antecedentes Internacionales

Fernández et al. (2024) desarrollaron un estudio encaminado a desarrollar un método inteligente para la sistematización de la administración de inventarios y la trazabilidad en naves industriales utilizando tecnologías de Industria. El estudio fue aplicado e incluyó la validación del sistema en un entorno industrial. Los resultados mostraron que la solución tecnológica permitió mejorar la precisión del inventario, fortalecer la trazabilidad de los productos y obtener información confiable para apoyar la toma de decisiones logísticas. Los creadores concluyen que la inclusión de tecnologías digitales en los procesos logísticos aumenta la eficiencia operativa y mejora la gestión de las operaciones. Este estudio proporciona una base sustancial para esta investigación al demostrar que el uso de sistemas

tecnológicos contribuye a una gestión logística más eficiente orientada a la gestión en tiempo real.

Martin-Navarro, Lechuga y Medina (2023), en su investigación acerca de la implementación de sistemas de Business Process Management (BPM) en las actividades empresariales, se propusieron examinar cómo estas herramientas ayudan a mejorar las operaciones dentro de las organizaciones. La investigación se llevó a cabo a través de una revisión exhaustiva de la literatura científica, donde se identificaron las ventajas más importantes de automatizar procesos. Los autores llegaron a la conclusión de que la adopción de sistemas BPM favorece la coordinación entre los diferentes departamentos de una organización, optimiza el flujo de información y promueve una toma de decisiones más efectiva. Este fundamento ayuda la investigación actual al evidenciar que la integración de herramientas tecnológicas centradas en la gestión de procesos fortalece las actividades logística y comercial de las empresas.

3.3.4. Bases teóricas

3.3.4.1 Sistema logístico

El sistema logístico se revela como un aspecto fundamental en la gestión empresarial, puesto que permite la organización total de las actividades relacionadas con el traslado de mercancías, información y recursos desde los proveedores hasta el cliente final. Una administración adecuada de este proceso contribuye a optimizar la eficiencia en las operaciones y a mejorar la calidad del servicio que ofrecen las empresas. De este modo, la logística va más allá de una

función puramente operativa y se convierte en un elemento que genera ventajas competitivas.

Según Chopra y Meindl (2013), la logística forma una pieza clave en la cadena de suministro, ya que integra las actividades de compra, almacenamiento, transporte y entrega para satisfacer adecuadamente las exigencias del cliente. Los autores sostienen que una buena alineación entre estos procesos resulta en la disminución de costos operativos, una mejora en los tiempos de respuesta y un aumento en la eficacia de la organización.

Por otro lado, el sistema logístico también implica la gestión constante de los flujos de información, que son vitales para decisiones acertadas. Contar con información precisa y actualizada facilita la planificación de actividades, la supervisión de inventarios y el seguimiento de los pedidos, permitiendo que las empresas reaccionen de manera ágil ante los cambios en la demanda y las necesidades del mercado.

Adicionalmente, Chopra y Meindl (2013) indican que la eficacia logística está condicionada por el nivel de integración entre las distintas áreas de la empresa. Cuando las funciones de compras, almacén, transporte y distribución trabajan de manera sinérgica, se logra una mayor coordinación en los procesos, minimizando retrasos, evitando la duplicación de tareas y eliminando gastos innecesarios.

Desde un enfoque estratégico, el sistema logístico tiene un impacto directo en la satisfacción del cliente, ya que la puntualidad en la entrega de pedidos, la disponibilidad de productos y la confiabilidad en las entregas son factores clave en la percepción del servicio. Por esta razón, las empresas buscan implementar herramientas y sistemas de control que les permitan supervisar constantemente sus operaciones logísticas y aumentar su capacidad de respuesta.

Así, un sistema logístico eficaz no solo se enfoca en el transporte físico de productos, sino que también abarca la gestión integral de información y la coordinación de procesos que generan valor tanto para la empresa como para sus clientes. De este modo, la logística se convierte en un elemento esencial para lograr mayores niveles de competitividad y sostenibilidad en el contexto empresarial.

Gestión de transporte y distribución

El sistema logístico abarca una serie de actividades coordinadas que permiten manejar de manera eficiente el traslado de materiales, bienes y datos a lo largo de la cadena de suministro. Su objetivo es asegurar que los bienes se encuentren en el sitio y el tiempo adecuado, manteniendo una alineación efectiva entre los procedimientos internos de la compañía y las demandas del cliente. En este sentido, la logística es vista como un elemento clave que contribuye a potenciar la eficacia operativa y a lograr los objetivos de la organización.

Según Barón et al. (2018), la logística implica el manejo completo de los procesos que van desde la obtención de productos hasta la entrega final al consumidor. Los autores subrayan que la efectividad logística se basa en la capacidad de las empresas para organizar sus recursos, optimizar sus actividades y crear mecanismos que faciliten la mejora constante en el desempeño de la cadena de suministro.

Igualmente, Barón et al. (2018) indican que la colaboración entre los distintos actores y áreas participantes en la cadena de suministro es crucial para lograr un funcionamiento eficiente. Una comunicación efectiva entre proveedores,

departamentos internos y clientes ayuda a disminuir problemas operativos, optimizar los tiempos de respuesta y generar mayor valor en el proceso logístico.

Por otro lado, la implementación de tecnologías es un aspecto importante en los sistemas logísticos contemporáneos, ya que brinda acceso a información actualizada para el monitoreo y control de las operaciones. Según Barón et al. (2018), la inclusión de sistemas de información mejora la trazabilidad de los procesos, aumenta la transparencia de la cadena logística y permite tomar decisiones rápidas basadas en datos precisos.

Además, Barón et al. (2018) subrayan que la evolución constante es un aspecto fundamental para fortalecer la administración logística, ya que las organizaciones deben adaptar sus métodos a los cambios del mercado y a las variadas expectativas de los clientes. El análisis continuo de las operaciones logísticas descubre posibilidades de mejora, incrementa la eficiencia y maximiza el uso de los recursos disponibles.

Como resultado, un sistema logístico eficiente no debe ser visto únicamente como un procedimiento operativo vinculado al transporte de productos, sino como una herramienta estratégica que favorece la competitividad empresarial. Una gestión logística adecuada contribuye a la disminución de costos, el cumplimiento de los plazos establecidos y el aumento del nivel de servicio proporcionado al cliente.

Gestión de información logística

Mora (2016) menciona que la gestión logística contemporánea necesita sistemas de información que integren, controlen y coordinen las actividades que se

llevan a cabo en la cadena de suministro. La información es un recurso clave para las organizaciones, ya que ayuda en la planificación de las operaciones, el monitoreo de los procesos y la realización de decisiones acertadas. En este contexto, contar con datos fidedignos y actualizados ayuda a aumentar la transparencia de las operaciones logísticas y a responder de manera efectiva a las demandas del mercado.

Además, la gestión de la información logística refuerza el control sobre los procesos de almacenamiento, distribución y entrega de productos, porque facilita la evaluación del estado de las operaciones y la identificación de posibles irregularidades. Mora (2016) subraya que el uso apropiado de tecnologías contribuye a mejorar la trazabilidad de los productos, maximizar los recursos disponibles y elevar la calidad del servicio brindado al cliente.

En este escenario, la información logística se transforma en un aspecto crucial para las empresas que pretenden aumentar su eficiencia operativa, ya que conecta las áreas involucradas en la cadena de suministro y promueve una mejor coordinación entre las operaciones comerciales y logísticas.

3.3.4.2 Gestión de ventas

La gestión de ventas es una actividad fundamental en las organizaciones, puesto que posibilita establecer las tácticas y medidas necesarias para cumplir con los objetivos comerciales y fortalecer el vínculo con los clientes. Este procedimiento incluye un conjunto de labores enfocadas en la planificación, organización, liderazgo y control de los recursos comerciales, con la finalidad de optimizar el desempeño de la empresa y crear ventajas en el mercado.

Jobber y Lancaster (2012) indican que el enfoque de las ventas ha cambiado de centrarse únicamente en la transacción a basarse en la creación de valor y el desarrollo de relaciones duraderas con los clientes. En este sentido, la gestión de ventas no solo se enfoca en aumentar los ingresos de la empresa, sino también en entender las necesidades del mercado y ofrecer soluciones que cumplan con las expectativas de los consumidores.

Adicionalmente, los autores mencionan que la gestión de ventas implica la coordinación de varias actividades, como la planificación comercial, la gestión del personal de ventas, la fijación de metas, la elaboración de pronósticos y la evaluación del rendimiento. La correcta integración de estas actividades mejora la eficiencia de los procesos comerciales y facilita la toma de decisiones estratégicas.

Por otro lado, la administración de ventas demanda una recopilación e investigación continuo de información del mercado, ya que el comportamiento del consumidor y las condiciones del entorno empresarial están en constante cambio. Por lo tanto, las empresas deben establecer mecanismos para identificar oportunidades de negocio, adelantarse a las exigencias de los clientes y ajustar sus estrategias comerciales de manera efectiva.

Jobber y Lancaster (2012) sostienen además que el triunfo en la administración de ventas está muy relacionado con la capacidad de la organización para establecer conexiones fuertes con sus consumidores. La confianza, una buena comunicación y el respeto a los acuerdos son elementos claves para conseguir la fidelidad del cliente y conservar una posición ventajosa en el sector.

Asimismo, los autores subrayan la relevancia de la tecnología y los sistemas de información en la gestión de ventas. Tener acceso a información actualizada permite supervisar el rendimiento comercial, hacer seguimientos adecuados a los

pedidos y mejorar la coordinación entre las distintas áreas de la empresa. Esto favorece la eficiencia operativa y eleva la calidad del servicio al cliente.

Por último, la gestión de ventas debe considerarse un proceso integral que coordina los recursos humanos, tecnológicos y estratégicos, enfocados en alcanzar los objetivos comerciales y generar valor para la empresa. Su correcta implementación ayuda a incrementar la satisfacción del cliente, fortalece la competitividad y contribuye al crecimiento sostenible del negocio.

Planificación de ventas

Rojas (2024) indica que la organización de ventas es un aspecto esencial dentro de la gestión comercial, ya que ayuda a fijar metas, desarrollar estrategias y coordinar las medidas que se requieren para alcanzarlos resultados esperados por la empresa. Este sistema brinda dirección al equipo de ventas, facilitando la distribución de recursos, la definición de actividades concretas y el seguimiento del progreso hacia los objetivos planteados.

De igual manera, la organización de ventas permite prever situaciones futuras a través del estudio del mercado, la detección de oportunidades de negocio y la elaboración de estrategias enfocadas en alcanzar los objetivos de la organización. Rojas (2024) argumenta que una planificación eficaz mejora la gestión comercial, ya que ayuda a controlar las acciones de venta y posibilita hacer ajustes necesarios ante los cambios en el entorno empresarial.

En este contexto, la planificación de ventas se considera una herramienta clave que asiste a las empresas en la coordinación de sus esfuerzos comerciales, mejora el rendimiento del equipo de ventas y refuerza la conexión con los clientes.

Una gestión bien planificada garantiza que las decisiones comerciales se fundamenten en datos organizados y metas claras, promoviendo una mayor efectividad en los procesos de venta.

Seguimiento de pedidos

Duran (2021) menciona que la gestión de pedidos es un proceso crucial en las operaciones empresariales, ya que ayuda a organizar, supervisar y rastrear las solicitudes que hacen los clientes en las distintas fases del servicio. Una buena administración de los pedidos asegura que se tenga acceso a la información sobre su progreso, lo que permite detectar áreas de mejora y optimizar la comunicación entre los departamentos implicados.

De igual forma, el seguimiento de los pedidos incrementa la capacidad de rastreo en las operaciones comerciales, ya que ofrece datos sobre el estado de cada solicitud desde que se registra hasta que se entrega. Duran (2021) subraya que la adopción de sistemas diseñados para la gestión de pedidos ayuda a disminuir errores operativos, agilizar los tiempos de respuesta y elevar la calidad del servicio brindado al cliente.

En este contexto, el seguimiento de pedidos se considera una actividad esencial dentro de la administración de ventas, ya que otorga al equipo comercial información actualizada para resolver inquietudes de los clientes, realizar coordinaciones internas y garantizar que se cumplan los compromisos de la empresa.

4. Resultado y evidencias de la aplicación profesional

La aplicación profesional implicó crear y poner en marcha un sistema logístico con la finalidad de optimizar el manejo y monitoreo de los datos vinculados a los pedidos y las entregas de Comercio & Cía. Para ello, se desarrolló una herramienta basada en la integración de bases de datos en Excel, archivos compartidos en Google Drive y el tablero de Power BI, que permite centralizar información y actualizar datos en tiempo real, los cuales pueden ser entregados al área comercial. Antes de su implementación, el proceso presentaba limitaciones en la disponibilidad de información, retrasos en la comunicación entre las áreas involucradas y dificultades para dar una respuesta oportuna a los clientes sobre el estado de sus pedidos. La implementación optimizó la gestión de ventas al brindar mayor disposición y localización de la información comercial, permitiendo al equipo comercial realizar un seguimiento más efectivo de los pedidos, mejorar el servicio al cliente y fortalecer la toma de decisiones. Además, se mejoró la coordinación de las áreas comerciales y operativas, se redujo el tiempo de consulta y la información utilizada en el proceso de venta fue más confiable. La prueba de aplicación profesional se basa en los informes generados por el sistema, capturas de pantalla del tablero desarrollado por Power BI, registros de actualización del estado de los pedidos y métricas obtenidas de la implementación de la herramienta.

4.1. Implementación práctica

En la empresa Comercio & Cía. se llevó a cabo la implementación práctica con el propósito de hacer más eficiente la gestión de ventas a través del desarrollo y aplicación de un sistema logístico que mejore el intercambio de información entre

las áreas operativas y comerciales. Se llevó a cabo al principio un diagnóstico del proceso existente, donde se detectaron fallas en la disponibilidad de información actualizada, el tiempo que tarda en responder a las peticiones de los clientes y el seguimiento de pedidos. Luego se recopiló y limpió la información del sistema interno de la empresa, dando como resultado una base de datos estructurada que permitiría el control y seguimiento de los pedidos y envíos. La implementación utilizó herramientas tecnológicas como Microsoft Excel, Google Drive y Power BI para centralizar y visualizar la información en tiempo real. Se creó un archivo compartido para actualizar los estados de los pedidos y se creó un tablero para brindarle al área comercial acceso rápido y oportuno a información relacionada con clientes, pedidos y estados de envío. El uso de esta herramienta facilitó la integración de información entre las áreas involucradas, mejoró la trazabilidad de las actividades y contribuyó a la optimización de la gestión comercial, brindando un servicio más eficiente y una mejor toma de decisiones.

4.2. Problemas a resolver

Durante la realización de actividades en el sector comercial de Comercio & Cía., se identificaron diversos problemas relacionados con la gestión de información sobre pedidos y entregas. El problema más significativo fue la ausencia de un sistema unificado que permitiera verificar el estado de los pedidos en tiempo real, lo que perjudicaba la comunicación entre los departamentos comercial y operativo. Además, el monitoreo de los envíos se hacía manualmente mediante llamadas telefónicas, mensajes y solicitudes continuas, lo que ocasionaba demoras en la obtención de información y dificultaba la capacidad de brindar respuestas rápidas a los clientes. Asimismo, la carencia de herramientas adecuadas para el

seguimiento y control ocasionó retrasos en la toma de decisiones, incrementó el tiempo empleado en la búsqueda de datos y limitó la habilidad del departamento comercial para supervisar de manera efectiva las ventas y los pedidos activos. Esta situación impactó negativamente la calidad del servicio al cliente y la efectividad de las operaciones de la empresa, resaltando la necesidad de instaurar un sistema logístico que integre la información, mejore la trazabilidad de los procesos y optimice la gestión de ventas, garantizando así acceso oportuno a información confiable y actualizada.

4.3. Implementación de reforma integral administrativa

El propósito de poner en práctica una reforma administrativa integral fue optimizar los procesos de gestión de información y la coordinación entre los sectores operativos y comerciales de Comercio & Cía. Con este objetivo, se establecieron métodos estandarizados para registrar, actualizar y rastrear pedidos y envíos; estos procedimientos posibilitan la centralización de la información y disminuyen la dependencia de procesos manuales. Además, se implementaron métodos de comunicación más eficaces entre los sectores implicados, fomentando un intercambio de datos fiable y a tiempo para la atención al cliente y la toma de decisiones. Asimismo, se sumaron herramientas tecnológicas como Microsoft Excel, Google Drive y Power BI, las cuales facilitaron la digitalización y automatización de una parte del procedimiento de seguimiento de pedidos.

La implementación de estas mejoras administrativas ayudó a fortalecer el control operativo, aumentar la trazabilidad de la información y optimizar la gestión de ventas al brindar una mayor disponibilidad de datos en tiempo real. De esta

manera, la empresa logró agilizar los procesos internos y sentar las bases para futuras mejoras e iniciativas de cambio digital.

4.3.1. Creación de identidad organizacional

El objetivo de crear una identidad organizacional fue fortalecer el compromiso de los asociados con los objetivos estratégicos de Comercio & Cía. S.A. que fomenta una cultura basada en la eficiencia operativa, la comunicación y la colaboración entre ventas y operaciones. Para ello, se promovió la aceptación de prácticas enfocadas en la administración de la información, la mejora continua y la atención apropiada a las exigencias de los clientes, permitiendo a los empleados comprender la importancia de su participación en el proceso logístico y comercial de la empresa. Asimismo, la implementación del sistema logístico contribuyó al fortalecimiento de la cultura organizacional, la cual está enfocada en el uso de herramientas tecnológicas y la toma de decisiones basadas en información confiable y actualizada. Esto nos permitió fortalecer la apropiación y responsabilidad de los empleados por el logro de los objetivos de la organización, promover una mayor integración entre las áreas involucradas y contribuir a la mejora del servicio al cliente.

4.3.2. Formulación del Manual de Organización de Funciones MOF

En Comercio & Cía, la elaboración del Manual de Organización y Funciones (MOF) se volvió una herramienta importante para implementar el sistema logístico en Comercio & Cia. S.A., porque permitió que se definieran con exactitud las responsabilidades de los trabajadores involucrados en la gestión de pedidos y el

rastreo de la información comercial. Esta división de funciones, que es clara, contribuyó a optimizar la cooperación entre los departamentos de Operaciones y Comercial, previniendo la duplicación de tareas y promoviendo una correcta repartición de responsabilidades.

Del mismo modo, la descripción de funciones ayudó a establecer directrices para el registro, la actualización y el control de la información producida por el sistema implementado, lo que permitió la estandarización de los procesos y una mejor circulación de la información entre las áreas implicadas. Esto fue fundamental para garantizar que la información sobre pedidos y envíos estuviera disponible a tiempo y de manera confiable para tomar decisiones.

En contraste, la implementación del sistema logístico requirió llevar a cabo diversas tareas centradas en el diagnóstico de la situación actual, la planificación de la propuesta, la puesta en funcionamiento de las herramientas tecnológicas y la evaluación de los resultados. Cada una de estas etapas contribuyó a descubrir áreas que necesitan mejorarse y a instaurar controles que respaldaran la consecución de los objetivos.

En este escenario, se presenta el siguiente cuadro con el fin de mostrar las actividades fundamentales que se realizaron durante la implementación práctica y los logros alcanzados. Este cuadro resume las fases del proceso, la información recopilada y las contribuciones principales para optimizar la gestión de ventas en Comercio & Cía. S.A.

Tabla 1
Fases del proceso de implementación

Fase	Actividades principales	Evidencias	Resultado
Diagnóstico	Identificación de las deficiencias en el seguimiento de pedidos y comunicación interáreas.	Análisis de procesos y registros internos.	Problemática identificada.
Planificación	Diseño de la propuesta y definición de herramientas tecnológicas.	Cronograma, diagramas y propuesta.	Actividades programadas
Implementación	Desarrollo de la base de datos y dashboard en Power BI.	Base de datos y tableros Dashboard.	Sistema implementado.
Evaluación	Verificación y análisis de resultados.	Indicadores e informes.	Mejora en la disponibilidad de información.
Mejora	Propuestas de optimización y seguimiento.	Recomendaciones y planes de acción.	Optimización de la gestión de ventas.

Nota: Resumen de las etapas y resultados obtenidos durante la implementación del sistema logístico propuesto en Comercio & Cía. S.A. Elaboración propia (2026).

Conclusiones

Se ha llegado a la conclusión de que la empresa Comercio & Cía. S.A. tenía problemas en el control de pedidos y envíos, ya que no contaba con un sistema de información centralizado. Esto ocasionaba demoras en la comunicación entre las áreas implicadas y complicaciones para ofrecer respuestas rápidas a los clientes.

Se estableció que la creación y aplicación de un sistema logístico usando Microsoft Excel, Google Drive y Power BI facilitó la centralización de datos y mejoró notablemente la trazabilidad de los pedidos, brindando información actualizada en tiempo real al departamento comercial.

La puesta en marcha del Dashboard ayudó a mejorar la cooperación entre los departamentos Comercial y Operaciones, disminuyendo de manera significativa el número de pedidos pendientes en el almacén y optimizando el cumplimiento de las entregas programadas.

Se constató que el uso de principios de Business Process Management (BPM) y la adopción de herramientas tecnológicas optimizaron los procesos internos, lo que mejoró la eficacia operacional y favoreció la toma de decisiones basadas en datos seguros.

Se establecieron responsabilidades, se optimizó el flujo de información y se sentaron las bases para futuras transformaciones digitales en la empresa gracias a la creación de procedimientos estandarizados y del Manual de Organización y Funciones (MOF).

En conclusión, se concluye que la implementación del sistema logístico contribuyó a mejorar la administración de ventas, incrementar la satisfacción del cliente y

fortalecer la competitividad de Comercio & Cía. S.A. mediante un control y monitoreo más eficiente de los envíos.

Recomendaciones

Para reducir la intervención manual y los errores en las operaciones, se tiene como objetivo continuar mejorando el sistema establecido a través de la automatización de la actualización de datos y su vinculación con otros sistemas internos de la empresa.

Promover una cultura organizacional centrada en la digitalización y la mejora constante, proporcionando formación continua a los empleados de las áreas de Logística, Operaciones y Comercial sobre el uso de las herramientas tecnológicas implementadas.

Para poder evaluar continuamente el rendimiento del sistema, se deben establecer indicadores de gestión (KPI) que estén relacionados con los tiempos de entrega, pedidos pendientes, cumplimiento de envíos y nivel de satisfacción del cliente.

Para garantizar la confianza, la integridad y el acceso a los datos que se emplean en la toma de decisiones, es necesario establecer procedimientos de verificación y control de la información almacenada en la base de datos.

Realizar una revisión y actualización continua del Manual de Organización y Funciones (MOF) para ajustarlo a los nuevos requerimientos tecnológicos y operativos de la compañía.

Tomar en cuenta la incorporación de nuevas herramientas tecnológicas, por ejemplo, sistemas de geolocalización, aplicaciones para móviles y la automatización de procedimientos, que hagan más fácil el seguimiento de los envíos y el servicio a los clientes.

Referencias bibliográficas

- Ballou, R. H. (2004). *Logística: Administración de la cadena de suministro* (5.^a ed.). Pearson Educación. https://laclasedotblog.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/05/logistica_administracion_de_la_cadena_de_suministro_5ta_edicion_-_ronald_h-_ballou.pdf
- Barón, Y. A., Barrios, D. J., Ávila, M. L., Guzmán, A. J., & Bedoya, V. B. (2018). Diplomado de profundización Supply Chain Management y Logística: Fase 10 - Presentar y sustentar proyecto final. Universidad Nacional Abierta y a Distancia (UNAD). <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/19210/60446830.pdf;jsessionid=0A38F98A6308978D47755C26CB8EC62D?sequence=2>
- Chopra, S., & Meindl, P. (2013). *Administración de la cadena de suministro: Estrategia, planeación y operación* (5.^a ed.). Pearson Educación. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24567w/Sunil_Chopral.pdf
- Duran, M. (2021). Implementación de un sistema de gestión de pedidos para optimizar el proceso logístico de ventas online en Footloose [Trabajo de suficiencia profesional, Universidad Tecnológica del Perú]. Repositorio Institucional de la Universidad Tecnológica del Perú. <https://repositorio.utp.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/b2693d83-4eb1-4db7-998f-f3826da4a98c/content>
- Fernández-Caramés, T. M., Blanco-Novoa, O., Froiz-Míguez, I., & Fraga-Lamas, P. (2024). *Towards an autonomous Industry 4.0 warehouse: A UAV and blockchain-based system for inventory and traceability applications in big data-driven supply chain management*. arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2402.00709>
- Jobber, D., & Lancaster, G. (2012). *Administración de ventas* (8.^a ed.). Pearson Educación. https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24802w/Administracion-de-ventas_David-Jobber&Geoff-Lancaster.pdf
- Kotler, P. (1996). *Dirección de mercadotecnia: análisis, planeación, implementación y control* (8.^a ed.). Prentice Hall Hispanoamericana.

<https://anafuenmayorsite.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/08/libro-kotler.pdf>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Dirección de marketing (15.^a ed.). Pearson Educación.

[https://es.scribd.com/document/638610295/Kotler-P-Keller-K-2016-](https://es.scribd.com/document/638610295/Kotler-P-Keller-K-2016-Establishment-of-the-Product-Strategy-in-Marketing-15th-Edition-367-398-Mexico-Pearson)

[Establecimiento-de-La-Estrategia-de-Productos-en-Direccion-de-Marketing-15ta-](https://es.scribd.com/document/638610295/Kotler-P-Keller-K-2016-Establishment-of-the-Product-Strategy-in-Marketing-15th-Edition-367-398-Mexico-Pearson)

[Ed-Pp-367-398-Mexico-Pearson](https://es.scribd.com/document/638610295/Kotler-P-Keller-K-2016-Establishment-of-the-Product-Strategy-in-Marketing-15th-Edition-367-398-Mexico-Pearson)

Licito Rodríguez, M. T. (2024). *Sistema de información en la gestión de ventas de una empresa de exportación e importación, Lima 2023* [Tesis de maestría, Universidad

César Vallejo]. Repositorio Institucional UCV.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/135992/Licito_RMT-SD.pdf

Martin-Navarro, A., Lechuga Sancho, M. P., & Medina-Garrido, J. A. (2023). *Business process management systems in port processes: A systematic literature review*.

arXiv. <https://arxiv.org/pdf/2312.00443>

Mora García, L. A. (2016). Gestión logística integral: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento. Ecoe Ediciones.

https://www.fesc.edu.co/portal/archivos/e_libros/logistica/gestion_logistica.pdf

Rojas, S. (2024). Estrategias y planificación de ventas. Corporación Universitaria de Asturias.

https://www.centro-virtual.com/recursos/biblioteca/pdf/direccion_comercial/unidad2_pdf1.pdf

Villegas Bautista, M. C. (2022). *Propuesta de implementación de un sistema de control de pedidos y despachos de productos terminados en la empresa El Chalán S.A.C. – Piura, 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].

Repositorio Institucional ULADECH.

https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/27325/CONTRO L_DISTRIBUCION_VILLEGAS_BAUTISTA_MANUEL_CRISTIAN.pdf

ANEXOS

Anexo 01

Registro de impacto y resultados

Registro de impacto y resultados

Tipo de documento: Trabajo de Suficiencia Profesional

Título del Trabajo de Investigación o Tesis

“Diseño e implementación de un sistema logístico para optimizar la gestión de ventas en la empresa Comercio & Cía. S.A. – Ate, 2026.”

Integrante:

- 1. Álvarez Sánchez, Luis Alejandro**

Asesor: Velasquez Tapullima, Pedro Alfonso

Impacto de la investigación

El impacto de una investigación se refiere a los efectos, tanto esperados como inesperados, que esta puede generar, abarcando aspectos económicos, políticos, culturales, ambientales, tecnológicos, sociales, entre otros.

La investigación generó un impacto principalmente organizacional, tecnológico y operativo, al contribuir a la mejora y digitalización de los procesos de gestión de pedidos y seguimiento de la información entre las áreas involucradas. La implementación de herramientas digitales permitió estandarizar actividades, facilitar el acceso a la información y fortalecer el control de los procesos, contribuyendo a una gestión más eficiente y a una mejor toma de decisiones. Asimismo, el uso de indicadores y herramientas de visualización permitió realizar un seguimiento más oportuno de los resultados y detectar oportunidades de mejora continua.

Resultado del proceso de investigación

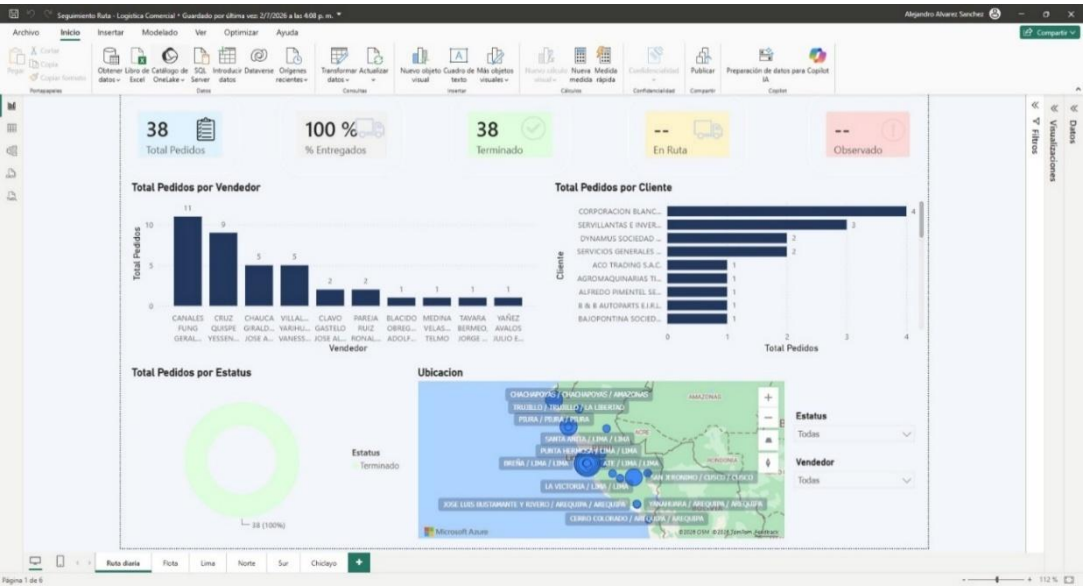
Los resultados de un proyecto de investigación son los descubrimientos o conclusiones alcanzadas después de realizar el estudio. Estos reflejan los datos obtenidos durante el proceso investigativo y responden a las preguntas o hipótesis formuladas al comienzo del proyecto. Los resultados son fundamentales para evaluar, interpretar y comprender los efectos o la validez de lo investigado.

Como resultado del proceso de investigación, se identificaron oportunidades de mejora en la gestión y seguimiento de los pedidos y de la información entre las áreas comercial y logística. A partir de ello, se propuso e implementó una solución basada en la digitalización y estandarización de los procesos, permitiendo centralizar y organizar la información, mejorar su disponibilidad y facilitar el seguimiento de las operaciones. Asimismo, la incorporación de indicadores y herramientas de visualización permitió contar con información más clara y oportuna para el control de los procesos y la identificación de oportunidades de mejora.

Figura 4
Datos de la empresa Comercio & Cía S.A.

Resultado de la Búsqueda			
Número de RUC:		20258505213 - COMERCIO & CIA S.A.	
Tipo Contribuyente:		SOCIEDAD ANONIMA	
Nombre Comercial:		COMERCIO & CIA S.A.	
Fecha de Inscripción:	31/10/1994	Fecha de Inicio de Actividades:	31/10/1994
Estado del Contribuyente:		ACTIVO	
Condición del Contribuyente:		HABIDO	
Domicilio Fiscal:		AV. LOS INGENIEROS NRO. 154 URB. INDUSTRIAL SANTA RAQUEL LIMA - LIMA - ATE	
Sistema Emisión de Comprobante:		COMPUTARIZADO	Actividad Comercio Exterior: IMPORTADOR/EXPORTADOR
Sistema Contabilidad:		COMPUTARIZADO	
Actividad(es) Económica(s):		Principal - 4630 - VENTA DE PARTES, PIEZAS Y ACCESORIOS PARA VEHÍCULOS AUTOMOTORES Secundaria 1 - 4661 - VENTA AL POR MAYOR DE COMBUSTIBLES SÓLIDOS, LÍQUIDOS Y GASEOSOS Y PRODUCTOS CONEXOS	
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):		FACTURA BOLETA DE VENTA LIQUIDACION DE COMPRA NOTA DE CREDITO NOTA DE DEBITO GUIA DE REMISION - REMITENTE COMPROBANTE DE RETENCION GUIA DE REMISION - TRANSPORTISTA COMPROBANTE DE PERCEPCION VENTA INTERNA	
Sistema de Emisión Electrónica:		DESDE LOS SISTEMAS DEL CONTRIBUYENTE. AUTORIZ DESDE 17/09/2014	
Emisor electrónico desde:		17/09/2014	
Comprobantes Electrónicos:		FACTURA (desde 17/09/2014),BOLETA (desde 17/09/2014)	
Afiliado al PLE desde:		01/01/2013	
Padrones:		Incorporado al Régimen de Buenos Contribuyentes (Resolución N° 0110050002658) a partir del 01/04/2018 Incorporado al Régimen de Agentes de Retención de IGV (R.S.101-2003) a partir del 01/06/2003 Excluido del Régimen de Agentes de Percepción de IGV - Venta Interna a partir del 01/12/2023	
Fecha consulta: 19/07/2026 10:24			

Figura 5
Dashboard de seguimiento de despachos implementado en Power BI



Nota. Captura del tablero desarrollado para el monitoreo en tiempo real del estado de los pedidos en Comercio & Cía. S.A.

Base de datos compartida en Google Drive para la actualización de estados de despacho

Sigüimiento Ruta - Comercio C.A.S.A

Archivo Editor Ver Imprimir Formatos Datos Herramientas Extensiones Ayuda

Menús

100%

Predet...

10

Nota. Archivo utilizado por el personal de transporte para registrar el estado de los pedidos durante las entregas.

Figura 7
Actualización de estados de pedidos por parte de los conductores.

Seguimiento Ruta - Comercio & Cía SA											
Archivos Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas											
Predet. 100%											
G12 CANALES FUNG GERALDINE MERCEDES											
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	Fecha	Guía de remisión	Pedido	Cliente	Ubicación	Placa	Vendedor	Estatus			
2	19/07/2025	2912	115001	DOO EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	PURIA / PURIA / PURIA	D4W-785	MEDINA VELAZQUEZ TELMO	En ruta			
3	19/07/2025	19602	247761	JHELMAN PARTS S.A.C	ATE / LIMA / LIMA	F3N-452	CANALES FUNG GERALDINE MERCEDES	En ruta			
4	19/07/2025	48133	247717	OCHO SUR P.S.A.C	PIURA / PIURA / PIURA	CEJ-934	CLAVO GASTELLO JOSE ALEJANDRO	En ruta			
5	19/07/2025	48135	247726	XUMER COMERCIAL EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA	NUEVA REQUENA / CORONEL PORTILLO / UCAYALI	CEJ-934	CRUZ QUISEP YESSSENIA VANESSA	En ruta			
6	19/07/2025	48137	247729	S & S AUTOPARTS E.I.R.L	TACNA / TACNA / TACNA	CEJ-934	CRUZ QUISEP YESSSENIA VANESSA	En ruta			
7	19/07/2025	48139	247727	IMPORTACIONES EL UNIVERSO DE LAS LLANTAS S.R.L	JOSE LUIS BUSTAMANTE / RIVERO / AREQUIPA / AREQUIPA	CEJ-934	CRUZ QUISEP YESSSENIA VANESSA	En ruta			
8	19/07/2025	48141	247750	M.C. MULTISERVICIOS E INVERSIONES EL ZORRO E.I.R.L	CERRO COLORADO / AREQUIPA / AREQUIPA	CEJ-934	CRUZ QUISEP YESSSENIA VANESSA	En ruta			
9	19/07/2025	48143	247741	COM RENTAL SAC	INAMBAR / TAMBORITA / MADRE DE DIOS	CEJ-934	CRUZ QUISEP YESSSENIA VANESSA	En ruta			
10	19/07/2025	48145	247754	IMUNCA E.I.R.L	PIURA / PIURA / PIURA	CEJ-934	YANEZ ALVAREZ JULIO EDUARDO	En ruta			
11	19/07/2025	48147	247731	SERVILLANTAS E INVERSIONES SAN JUAN S.A	YANAHUARA / AREQUIPA / AREQUIPA	CEJ-934	CRUZ QUISEP YESSSENIA VANESSA	En ruta			
12	19/07/2025	48148	247732	SERVILLANTAS E INVERSIONES SAN JUAN S.A	LA VICTORIA / LIMA / LIMA	CEJ-934	CANALES FUNG GERALDINE MERCEDES	Terminó			
13	19/07/2025	48149	247734	SERVILLANTAS E INVERSIONES SAN JUAN S.A	LA VICTORIA / LIMA / LIMA	CEJ-934	CANALES FUNG GERALDINE MERCEDES	Terminó			
14	19/07/2025	48150	247758	NEUMATICOS ALVINO E.I.R.L	CHANCHAMAYO / CHANCHAMAYO / JUNIN	CEJ-934	VILLALOBOS YARRHUMAN VANESSA MERCEDES	En ruta			
15	19/07/2025	48152	247749	CORPORACION DISO S.A.C	EL TAMBO / HUANCAYO / JUNIN	CEJ-934	VILLALOBOS YARRHUMAN VANESSA MERCEDES	En ruta			
16	19/07/2025	48154	247745	SERVICIOS GENERALES BILES EIRL	BREÑA / LIMA / LIMA	CEJ-934	CANALES FUNG GERALDINE MERCEDES	Terminó			
17	19/07/2025	48155	247744	SERVICIOS GENERALES BILES EIRL	BREÑA / LIMA / LIMA	CEJ-934	CANALES FUNG GERALDINE MERCEDES	Terminó			
18	19/07/2025	48156	247730	E & V NEUMATICOS S.R.L	COMAS / LIMA / LIMA	D6L-758	CANALES FUNG GERALDINE MERCEDES	En ruta			
19	19/07/2025	48157	247736	CORPORACION BLANCO & ALVYS S.A.C	SANTA ANITA / LIMA / LIMA	D6L-758	CHAUCA GIRALDO JOSE ANTONIO	Terminó			
20	19/07/2025	48159	247735	SOLTRAK S.A	CARMEN DE LA LEGUA REYNOSO / CALLAO / CALLAO	D6L-758	CANALES FUNG GERALDINE MERCEDES	En ruta			
21	19/07/2025	48160	247748	TEO LLANTAS S.A.C	VICTOR LARCO HERRERA / TRUJILLO / LA LIBERTAD	CEM-737	VILLALOBOS YARRHUMAN VANESSA MERCEDES	Terminó			
22	19/07/2025	48161	247746	METALTEC ENGINEERING STEELS E.I.R.L	CHORRILLOS / LIMA / LIMA	CEM-737	CANALES FUNG GERALDINE MERCEDES	En ruta			
23	19/07/2025	48162	247719	MINISA TITAN DEL PERU SRL	PUNTA HERMOSA / LIMA / LIMA	CEM-737	CLAVO GASTELLO JOSE ALEJANDRO	En ruta			
24	19/07/2025	48163	247755	CORPORACION BLANCO & ALVYS S.A.C	SANTA ANITA / LIMA / LIMA	MZZ-799	CHAUCA GIRALDO JOSE ANTONIO	En ruta			
25	19/07/2025	48164	247733	MUNDO RADIAL S.A.C	SANTA ANITA / LIMA / LIMA	B6W-547	CANALES FUNG GERALDINE MERCEDES	En ruta			
26	19/07/2025	48165	247862	CORPORACION BLANCO & ALVYS S.A.C	SANTA ANITA / LIMA / LIMA	CE7-875	CHAUCA GIRALDO JOSE ANTONIO	Terminó			
27	19/07/2025	48166	247804	DYNAMIUS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAN JERONIMO / CUSCO / CUSCO	F3N-852	CRUZ QUISEP YESSSENIA VANESSA	Terminó			
28	19/07/2025	48168	247738	DYNAMIUS SOCIEDAD ANONIMA CERRADA	SAN JERONIMO / CUSCO / CUSCO	F3N-852	CRUZ QUISEP YESSSENIA VANESSA	Terminó			
29	19/07/2025	48173	247763	AGROMAGNUMARS TIEGO E.I.R.L	TRUJILLO / TRUJILLO / LA LIBERTAD	F3N-852	VILLALOBOS YARRHUMAN VANESSA MERCEDES	En ruta			
30	19/07/2025	48172	247752	TACURI HUAYTALLA LUZ MAYRA	TRUJILLO / TRUJILLO / LA LIBERTAD	F3N-852	CRUZ QUISEP YESSSENIA VANESSA	En ruta			
31	19/07/2025	48174	247765	PEREZ TRAUICO ROLLI EDGAR	JESUS NAZARENO / HUAMANGA / AYACUCHO	F3N-852	CRUZ QUISEP YESSSENIA VANESSA	En ruta			
32	19/07/2025	48176	247757	POBIA ROJAS GIOVANA CRISTINA	CHACHAPOYAS / CHACHAPOYAS / AMAZONAS	F3N-852	VILLALOBOS YARRHUMAN VANESSA MERCEDES	En ruta			
33	19/07/2025	48178	247766	ALFREDO PARENTES, SEVILLA S.A.	AREQUIPA / AREQUIPA / AREQUIPA	F3N-852	CRUZ QUISEP YESSSENIA VANESSA	En ruta			
34	19/07/2025	48180	247814	ACO TRADING S.A.C	TRUJILLO / TRUJILLO / LA LIBERTAD	F3N-852	CANALES FUNG GERALDINE MERCEDES	En ruta			
35	19/07/2025	48181	247766	HOUSE TIRES S.A.C	LA VICTORIA / LIMA / LIMA	F3N-852	BLACIDO OREGON ADOLFO RAMIRO	En ruta			
36	19/07/2025	48182	247750	BAJOPONTINA SOCIEDAD ANONIMA	BREÑA / LIMA / LIMA	F3N-852	FAREJA RUIZ RONALD MAYCOL	En ruta			
37	19/07/2025	48185	247776	CORPORACION BLANCO & ALVYS S.A.C	LURISCHACHO / LIMA / LIMA	F3N-852	CHAUCA GIRALDO JOSE ANTONIO	En ruta			
38	19/07/2025	48187	247775	GONZALES POLAR & ALOSIOLA ASOCIADOS SRL	SANTA ANITA / LIMA / LIMA	F3N-852	FAREJA RUIZ RONALD MAYCOL	En ruta			
39	19/07/2025	48199	248991	INVERSIONES TRANSPORTES ZANUJA E.I.R.L	SAN LUIS / LIMA / LIMA	D6L-758	FAREJA RUIZ RONALD MAYCOL	En ruta			
					ATE / LIMA / LIMA	D6L-758	TAMARA BERMEO JORGE LUIS	Terminó			
+ = Base de Datos - Estatus ruta -											

Nota. Evidencia del registro de datos en tiempo real para el seguimiento de los despachos

Figura 8

Constancia de trabajo



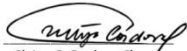
CONSTANCIA DE TRABAJO

Mediante el presente COMERCIO & CIA SA., con RUC 20258505213 ubicada en Av. Los Ingenieros N° 154 Ate, hace de su conocimiento que el Sr. Luis Alejandro Alvarez Sanchez con DNI 75130087 labora en nuestra empresa, desempeñándose en el cargo de Asistente Comercial, desde el 22 de mayo del 2025 hasta la actualidad.

Se expide la presente constancia a solicitud del interesado para los fines que estime conveniente.

Lima, 24 de Julio del 2026

Comercio & Cía S. A.


Cintya C. Cordova Chavez
Jefe de Gestión Humana