



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN GERENCIA
DE OPERACIONES Y LOGÍSTICA**

Gestión de almacén y distribución de productos en la empresa
Credivargas San Martín – Loreto, 2021

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Gerencia de Operaciones y Logística

AUTOR:

Cárdenas Ríos, Oscar (ORCID: 0000-0002-4891-1570)

ASESOR:

Dr. Silva Siu, Daniel Ricardo (ORCID: 0000-0003-1783-6261)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Logística

TRUJILLO - PERÚ

2022

Dedicatoria

A Jesús, por la fortaleza, sabiduría e inteligencia que nos brinda cada día.

A mi familia por el apoyo moral que recibo permanentemente de parte de ellos.

Agradecimiento

Hago extensivo el agradecimiento especial a mis docentes de la maestría en Gerencia de Operaciones y Logística de la Universidad César Vallejo-Filial Trujillo, que me brindaron sus experiencias profesionales y laborales para el desarrollo del presente trabajo de investigación; al mismo tiempo al Gerente General de la empresa “Credivargas San Martín-Loreto” por confiar en mi persona, darme el espacio oportuno para aplicar los conocimientos adquiridos en la maestría y poder contribuir con el mejoramiento de sus procesos.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	iv
Índice de figuras	ivi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA	16
3.1. Tipo y diseño de investigación	16
3.2. Variables y operacionalización.....	17
3.3. Población, muestra y muestreo.....	18
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	19
3.5. Procedimientos	19
3.6. Método de análisis de datos.....	20
3.7. Aspectos éticos	20
IV. RESULTADOS.....	21
V. DISCUSIÓN.....	29
VI. CONCLUSIONES	32
VII. RECOMENDACIONES.....	33
REFERENCIAS.....	34
ANEXOS	42
Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables	43
Anexo 2. Matriz de consistencia	44

Índice de tablas

Tabla 1. Gestión de almacén.....	21
Tabla 2. Distribución de productos.....	22
Tabla 3. Prueba de normalidad	24
Tabla 4. Relación entre la gestión de almacén y la distribución de productos	25
Tabla 5. Relación entre la recepción de inventarios y la distribución de productos	26
Tabla 6. Relación entre la organización de almacén y la distribución de productos	27
Tabla 7. Relación entre el control de almacén y la distribución de productos	28

Índice de figuras

Figura 1. Gestión de almacén	22
Figura 2. Distribución de productos	23

Resumen

Este informe de investigación tuvo como principal objetivo: Determinar la relación entre la gestión de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto 2021, para lo cual se utilizaron algunos criterios metodológicos como un tipo de investigación, con un diseño no experimental – transversal de nivel correlacional, además se contó con una muestra de 30 trabajadores a los cuales se les aplicó dos cuestionarios, los cuales fueron confiables y validados. Los principales resultados encontrados fueron que el 70% de los encuestados indicó que la gestión de almacén es ineficiente, mientras que el 72% consideró que la distribución de productos se realiza de forma inadecuada, por otro lado, en las pruebas correlacionales se pudo confirmar que las dimensiones: recepción de inventarios, organización de almacén y control de almacén se relacionan significativamente con la distribución de productos, debido a que se halló una significancia menor a 0.050 en todas las pruebas estadísticas de forma individual. Finalmente, se concluyó aceptando la hipótesis de investigación en la cual indica que la gestión de almacén se relaciona significativamente con la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto 2021.

Palabras clave: gestión de almacén, distribución, productos.

Abstract

The main objective of this research report was: To determine the relationship between warehouse management and product distribution in the company Credivargas San Martin - Loreto 2021, for which some methodological criteria were used as a type of research, with a non-design design. experimental - transversal of correlational level, in addition there was a sample of 30 workers to whom two questionnaires were applied, which were reliable and validated. The main results found were that 70% of those surveyed indicated that warehouse management is inefficient, while 72% considered that the distribution of products is carried out in an inadequate way, on the other hand, in correlational tests it was confirmed that the dimensions: receipt of inventories, warehouse organization and warehouse control are significantly related to the distribution of products, due to the fact that a significance of less than 0.050 was found in all the statistical tests individually. Finally, it was concluded by accepting the research hypothesis in which it indicates that warehouse management is significantly related to the distribution of products in the company Credivargas San Martin - Loreto 2021.

Keywords: warehouse management, distribution, products.

I. INTRODUCCIÓN

Dentro del contexto internacional, se ha podido encontrar diversas situaciones, referentes a la gestión de almacén, como en Arabia Saudita, las empresas dedicadas a la venta de artículos consideran a este tema como el aspecto más importante de la red de cadena de suministro, ya que realizan funciones valiosas que respaldan el movimiento de materiales, el almacenamiento de productos de procesamiento de mercancías, el ordenamiento de cargas de vehículos, la creación de colecciones de unidades de mantenimiento de existencias y el ensamblaje de envíos. Como la empresa Frazelle dijo que el almacenamiento es un componente de la logística para traer el aspecto clave de las cadenas de suministro modernas y juega un papel fundamental en el éxito o el fracaso de las empresas de hoy, ya que, el almacenamiento contribuye a aproximadamente el 20% de los costos logísticos, mientras que el inventario dentro de ellos agrega un 19% adicional., por lo tanto, las operaciones de almacén son críticas para la provisión de altos niveles de clientes (Miralam, 2017, p.57).

Por otro lado, en referencia a la distribución de productos, las empresas españolas han sido las mejores en los últimos años, debido a que el 92.8% de los consumidores pudieron obtener el producto que buscaban, es decir, que solamente no pueden distribuir eficientemente a un 7% de sus clientes, pero en países como Italia y Bélgica es de casi 12% y Francia llega al 18% de una población que no recibe o puede comprar sus productos requeridos. Esto demuestra que, a pesar de la gran demanda existente en algunos productos de supermercados y electrodomésticos en mercados del país, comparado con el índice de disponibilidad del 2019 que fue 2.8 puntos porcentuales menor. Donde a pesar de la gran demanda, los establecimientos han visto una gran carga de trabajo, pero debido a su eficiente distribución de productos han tenido un 179% crecimiento en ventas (Bonmatí, 2020, párr.1-2)

En la región, se ha evidenciado que en Brasil, las empresas siempre buscan mejorar y especializarse continuamente sobre la gestión de almacén, en este sentido, cuanto más espacio y optimización de la operación del inventario, mejor flujo de material desde la línea de almacén hasta la entrega de materiales a los

clientes, sin embargo, en las empresas brasileras se evidenció poca capacitación de capital humano, principalmente en la gestión de almacén, además de nula disponibilidad, reducción del rendimiento y poca calidad en el servicio como en la atención (Emerenciano & De Sousa, 2017, p.449). Con respecto a la distribución de productos, en Ecuador más del 70% de la población se queja recurrentemente por la calidad del servicio al cliente que brindan las empresas, debido a que la demora en la entrega del producto o servicio (17.9%), este último es el causante de la falta de calidad y eficiencia de la organización (Zapata, 2018, párr.3-6).

En el Perú, según la Cámara Nacional de Comercio, el mercado minorista fue el 10,7% del PBI de Perú en 2018, y el componente de electrodomésticos creció, incrementando las ventas en unos S/. 5000 millones de soles por año. Esto ayudará a las empresas a encontrar formas de ser más competitivas cada día, reducir costos y brindar un mejor servicio al cliente y, en última instancia, generar mayores ganancias para todas las empresas. Por otro lado, algunas empresas que se especializan en la venta de electrodomésticos no están trabajando adecuadamente con su inventario, sistemas y clientes, estas empresas necesitan mejorar para generar mayor satisfacción.

Así también, la gestión de almacenes se considera como un aspecto importante para que las organizaciones puedan lograr y cumplir de forma eficiente con los clientes, mediante el ahorro de tiempo para ellos y la memorización de costos para la empresa, donde solo el 30% de las empresas especialmente las grandes corporaciones tienen una eficiente gestión de su almacén debido, al uso de la automatización de la información y procesos el cual reduce el tiempo de trabajo y las actividades a realizar para el personal (Majem, 2018, párr.1-3). En las redes de distribución de empresa peruanas, tiene una característica que el 70% de estas organizaciones lo realiza de la forma tradicional, es decir, las ventas físicas de productos, algo que en ocasiones es beneficioso pero que demora, porque se utilizan por medio de fuerza de ventas, entrega a pequeños vendedores u otros canales de ventas temporales (Magni, 2017, párr.2).

La realidad de la empresa Credivargas, se ha podido evidenciar mediante las visitas realizadas a la empresa que en el área de almacén, debido a que en la recepción no son minuciosos al verificar la totalidad de los artículos, los colaboradores del área no revisan la optimidad de los artículos que ingresan de los diversos proveedores, y si estos llegan conforme a los requerimientos previos e inconsistencias en inventarios, además, la no correcta organización, por la forma en que se ubican los productos, o por la carencia de un proceso de almacenamiento o; lo que refleja problemas en el control del almacén debido a que hay productos, con falta de registros en el sistema, por el mal conteo de la cantidad recibida. Esto probablemente, este ocasionando que no se logre un correcto despacho de los productos en tienda, porque no se revisa el estado de los productos antes de las ventas, además, las condiciones previas a la entrega al cliente se saltan, lo que incluso ocasiona que la distribución de la mercadería se ralentice, debido a que se tienen que cambiar productos, que muchas veces no se tiene mucho stock para ventas. De seguir persistiendo dicha problemática es altamente probable que la entidad tenga cada vez menos clientes, ocasionando que tenga más pérdidas y menos rotación por ventas.

Conforme a lo mencionado, surge como problema general ¿Cuál es la relación de la gestión de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021?, como objetivos específicos se consideraron ¿Cuál es la relación entre la recepción de stock y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021?; ¿Cuál es la relación entre la organización de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021?; finalmente ¿Cuál es la relación entre el control de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021?.

Por otro lado, el estudio es razonable en teoría, ya que permite ampliar y consolidar conocimientos respecto a las variables de gestión de almacenes y distribución de productos. Se justifican desde el punto de vista metodológico, porque los procedimientos utilizados se crean de acuerdo con el análisis del marco teórico, en el que se desarrolla en profundidad cada variante para resolver el problema, y además se puede repetir el uso de herramientas de estudio en otros proyectos. A nivel práctico, se puede tener una visión más real de la situación actual de la

empresa respecto a las variables de estudio, y permitir el desarrollo de estrategias o actividades que permitan solucionar problemas y deficiencias encontradas.

A partir de ello, se tiene como objetivo general: Determinar la relación entre la gestión de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021, teniendo como objetivos específicos, Identificar la relación entre la recepción de stock y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021; Encontrar la relación entre la organización de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021 y finalmente, Determinar la relación entre el control de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021.

Por lo que la hipótesis general de la investigación es la siguiente: La gestión de almacén se relaciona significativamente con la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021; como hipótesis específicas se consideraron: Existe una relación significativa entre la recepción de stock y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021; Existe una relación significativa entre la organización de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021; finalmente, Existe una relación significativa entre el control de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021.

II. MARCO TEÓRICO

El capítulo empieza con la descripción de estudios previos relacionados con el tema en estudio, en primer lugar, se tienen los estudios internacionales como el estudio de Abushaikha et al. (2018) en su artículo “Improving distribution and business performance through lean warehousing”, en donde se estableció como finalidad mejora de la distribución y el rendimiento comercial a través de la gestión de almacén. El método usado fue de enfoque cuantitativo con diseño no experimental – explicativo, contó con una muestra de 18 participantes a quienes se les aplicó una encuesta y una entrevista. Los hallazgos indicaron que la gestión de almacén realizada por la empresa es la adecuada según el 50% de encuestados, mientras que el 70% manifestó que la distribución de artículos es eficiente. Finalmente, se confirmó la existencia de una relación positiva la gestión del almacén y el rendimiento de la distribución, debido a que la prueba estadística indicó un p – valor menor a 0.050.

Peláez y Acosta (2021) en su estudio “La importancia de la implementación de warehouse management system para los centros de distribución”, en donde se estableció como objetivo encontrar la importancia de la ejecución de una gestión de almacén en los centros de distribución. Los aspectos metodológicos utilizados fueron de enfoque cualitativo con diseño no experimental, donde se tuvo como muestra las referencias bibliográficas del tema de los últimos cuatro años, para ello, se utilizó un análisis u revisión documental. Los resultados indicaron que la gestión de almacenamiento y la distribución tiene una relación literaria, debido a que son dos aspectos esenciales en una organización que vende productos, debido a que esto ayuda a mejorar la experiencia integral en los servicios y la verificación del cuello de botellas que significan costos financieros excesivos y evitar escasez de productos. Finalmente se concluye que la gestión de almacén es de vital importancia para la distribución de productos físicos.

Arunyanart et al. (2019) en su investigación “Improving efficiency on warehouse management: a case study of beverage company’s distribution center”, en el cual se propuso encontrar determinar la eficiencia de la gestión del almacén en un gran centro de distribución de una de las empresas de bebidas de Tailandia. El estándar metodológico utilizado fue un método cuantitativo con un diseño no experimental,

en el que la muestra fue un documento de inventario de 12 meses, por lo que se utilizó evidencia para el análisis. Los resultados mostraron que el stock de reserva de la empresa disminuyó un 59,46%, y el volumen de almacenaje aumentó un 13,73%, lo que generó una capacidad adicional de 365 tarimas, y cerca de un 42,32% para el movimiento de mercancías a distancia en el área de distribución. Se puede concluir que la gestión adecuada del almacén puede mejorar el rendimiento general de distribución de productos en el almacén.

Scur & Barbosa (2017) en su estudio "Green supply chain management practices: Multiple case studies in the Brazilian home appliance industry", donde se consideró como propósito identificar y analizar las prácticas de gestión de almacén adoptadas por los fabricantes de electrodomésticos. El pareamiento metodológico utilizado es desde un enfoque cuantitativo al diseño no experimental, además, se contó con una muestra de cinco plantas, para lo cual se aplicó una revisión bibliográfica. Los hallazgos indicaron que las capacidades y habilidades del personal de almacén que han adoptado las empresas, han permitido la efectivización desde las actividades de aprovisionamiento hasta el control de inventarios dentro de almacén, debido a que utilizan una logística inversa que ayuda con la protección tanto del ambiente donde se almacenan los artículos. Finalmente, se pudo verificar que la adecuada gestión del almacén se asocia con la correcto manejo, control y distribución de los bienes almacenados.

Jaqueta et al. (2020) en su artículo "Physical distribution challenges and adaptations: A qualitative study of South Africa-based organisations operating in emerging African markets", en donde se planteó como objetivo proporcionar información sobre los desafíos predominantes de distribución física que enfrentan las organizaciones en mercados de África. La metodología utilizada fue diseño cualitativo, con un diseño no experimental, además, se llevaron a cabo doce gerentes de nivel medio y superior, a quienes se les aplicó una entrevista semiestructurada. Los resultados demostraron que los desafíos, como la desalineación del sistema de almacenamiento y los tiempos de procesamiento de pedidos y también los de transporte, los participantes usarían más empaques de protección, de lo normal, para aliviar los daños del producto en tránsito debido a las

precarias condiciones de la carretera. Finalmente, se concluyó que los desafíos que enfrentan se pueden superar con la correcta distribución física.

Conforme a los antecedentes de estudio nacionales, se tiene a Choquehuanca (2018) en su investigación “Gestión de almacenes en una empresa logística, Lima 2016 – 2017”, en donde se estableció como finalidad realizar una comparación entre el rendimiento de la gestión de almacén en dos periodos. Los aspectos metodológicos fueron de enfoque cuantitativo con diseño no experimental y alcance descriptivo – comparativo, donde se tuvo una muestra de los pedidos del 2016 y 12 pedido del 2017, para lo cual se utilizó un análisis documental. Los resultados demostraron que en el 2016 tuvo un rendimiento del 45% en la gestión de almacenes y el 61.3% en el 2017, demostrando las capacidades que se han tenido durante los periodos evaluados. Finalmente, con la prueba estadística de T de Student se pudo comprobar una significancia de 0.001 confirmando que estadísticamente existen diferencias significativas en el rendimiento de la gestión del almacén en una empresa logística.

Mallqui (2020) en su tesis “Optimización de procesos de almacenamiento y despacho en almacenes para productos terminados en una empresa de fabricación de tuberías PVC”, en donde se estableció como finalidad establecer la gestión y optimización de almacenes para la mejora de la distribución a los clientes. Las concordancias metodológicas fueron los pedidos de los doce meses del 2019, para ello, se aplicó una guía documental. Los resultados demostraron que la empresa no contaba con un adecuado sistema de almacenamiento impidiendo el manejo tanto de los inventarios como de la designación de espacios para su almacenamiento, por ello, la propuesta ha evaluado diversos sistemas de almacén semiautomatizado para los artículos existentes. Finalmente, se logró concluir que un sistema para la gestión del almacén permite mejorar en un 65% el despacho y la distribución de los productos que se tienen en inventarios.

Lancho (2019) en su informe “Análisis y propuestas de mejora para la gestión del almacén de productos terminados en una empresa de elaboración de productos para el reencauche de neumáticos”, en donde tuvo como propósito elaborar propuestas de mejora para la gestión de almacén e inventarios. Los criterios metodológicos fueron un enfoque mixto, con un diseño no experimental que incluye

una muestra del cuerpo de literatura, por lo que se utilizó la guía de documental. Los hallazgos indicaron que la mejor alternativa para mejorar el almacén es la calificación de productos mediante el ABC, lo que ayuda con los mapas de flujo valor para identificar las acciones que más ganancias generan y verificar cuales son los inventarios que más rotan dentro de la empresa. Finalmente, se demostró que la correcta gestión de almacén permite la mejora de un 40% en el despacho y distribución de los productos de la empresa.

Alarcón (2019) en su estudio “Gestión de almacenaje para reducir el tiempo de despacho en una distribuidora en Lima”, en donde se estableció como objetivo verificar como la gestión de almacén reduce el tiempo de despacho. Los criterios metodológicos fueron de enfoque cuantitativo con diseño no experimental, además, se contó con una muestra de 14 trabajadores a quienes se les aplicó una entrevista y encuesta. Los principales resultados indicaron que el 80% de empleados indicó que la empresa tiene un deficiente manejo del almacén, debido a que las normativas y políticas de control de ingresos de mercadería son ineficientes actualmente, mientras que el 64% consideró que la distribución de los productos es muy inadecuada, debido a las demoras que se ocasionan en este proceso, debido a la desorganización y falta de verificación de los artículos en inventarios. Finalmente, se verificó que la gestión de almacén está relacionada con el despacho de artículos ($p > 0.050$), por lo que fue necesario elaborar una propuesta de gestión con lo cual permita optimizar la distribución y despacho de los productos.

Después del establecimiento del trabajo o investigaciones anteriores, se realizó la modificación de las teorías de las dos variables, primero, se detalla la base teórica de la primera variable, gestión de almacén, que es la identificación de un procedimiento utilizado para reducir el costo de tiempo y operativos, es decir, este es un proceso logístico que involucra la recepción, el almacenamiento y el movimiento de todos los productos en stock. También la gestión de mercancías físicas almacenadas, incluida la posición de los productos en un almacén, flujo de productos básicos en stock y método para el movimiento de productos. (Leung et al., 2016, p.2).

Dentro de la gestión del almacén incluye todos los procedimientos de planificación y control para operar el almacén, el cual refleja el lugar de actividad integral de los

suministros, ya que es un centro que conecta la producción, el suministro y la comercialización, para promover la eficiencia de la producción de una organización. La gestión de almacenes implica controlar y optimizar operaciones complejas de almacén y depende de las tareas a realizar y del mercado en el que opera el almacén. Las operaciones de almacén que deben planificarse y controlarse incluyen: gestión de flujo interno, mapeo de producto a ubicación, almacenamiento de productos en almacenes, mapeo de pedido a almacén, ensamblaje y despacho, pedidos, empaque, logística de valor agregado y envío (Chang, 2016, p.176).

La gestión de almacenes es fundamental para el funcionamiento de cualquier negocio. Como resultado, las empresas utilizan el mantenimiento de inventario como una estrategia importante para satisfacer la demanda de los clientes sin el riesgo de escasez frecuente mientras mantienen altos niveles de servicio. La gestión de almacenes se define como un marco que las empresas utilizan para controlar las preocupaciones de sus almacenes. Esto incluye registrar y monitorear los niveles de existencias, estimar las necesidades futuras y decidir cuándo y cómo organizarlas. La gestión de almacenes es un método utilizado por las empresas para organizar, almacenar y reponer el inventario, con el fin de mantener un suministro adecuado de mercancías y reducir los costos. (Atnafu & Balda, 2018, p.3).

Dentro de algunos aspectos teóricos encontrados sobre la gestión de almacén se tienen se tienen la teoría de restricciones realizada por Eliyahu M. Goldratt y la teoría Lean de Sakichi Toyoda, para plantear enfoques principales sobre el manejo de los almacenes de empresas que están estrictamente relacionadas con actividades comerciales. En primer lugar, la teoría de la restricción es un razonamiento de gestión que busca expandir la capacidad de desempeño de comercialización evaluada en base a evidencia reconocible de aquellos procedimientos que fuerzan el sistema empresarial. Por último, la teoría Lean tiene existencias reguladoras y minimiza el desperdicio en el procedimiento de comercialización, donde La escasez de inventario influye decisivamente en el nivel de producto de una empresa comercial y es la mejor herramienta de gestión de almacén y la teoría expone cómo la adaptabilidad de los empresarios en sus

elecciones solicitantes disminuye los suministros de existencias destinados a eliminar los costos asociados con el almacén (Atnafu & Balda, 2018, p.5).

La importancia de la gestión de almacenes es que es responsable de la planificación del inventario, la planificación de la ubicación del almacenamiento, la planificación del transporte y la planificación de la capacidad. Asimismo, el objetivo de la gestión de almacenes es coordinar todas las operaciones y actividades del almacén de manera eficiente y eficaz. En el nivel de decisión táctica, los almacenes planean usar los recursos de manera eficiente y responder a las necesidades del mercado. Sin embargo, debido a que el entorno es tan dinámico, para muchos almacenes, la planificación horizontal táctica lleva días o semanas, en lugar de meses. (Chang, 2016, p.177).

Se establecieron las dimensiones de la gestión de almacén, en donde se debe tener en cuenta que está conformado por una serie de elementos que se efectúan para brindar un adecuado tratamiento de las mercaderías. A continuación, se detallará las dimensiones de la variable gestión de almacén, las cuales son recepción, distribución y control de mercaderías (Muchaendepi et al., 2019, p.455).

La primera dimensión que es la recepción de mercaderías se define como el establecimiento de un proceso el cual comienza desde la adquisición de los bienes de un proveedor para luego ubicarlos dentro de almacén, donde se tiene que realizar el control y clasificación previa. De forma general, este se entiende como la implantación de un procedimiento con el cual los bienes que llegan de una fuente de suministros, tengan que tener una serie de pasos para previos como la selección del proveedor principal, y también la capacidad del almacén para que su ubicación y disposición no pueda ser afectado al momento de recepcionar la mercadería (Muchaendepi et al., 2019, p.456).

El primer indicador es la introducción del producto, que se define como un procedimiento que permite que la mercancía llegue al almacén. Asimismo, el movimiento de mercancías es lo que define las mercancías recibidas de un proveedor externo, además, la importación aumenta el stock del almacén. El segundo indicador son las especificaciones, las cuales son el detalle o descripción de las características de un determinado bien o producto, dentro de las principales

especificaciones se encuentra la calidad, la marca, el tipo, modelo, estado, la procedencia, entre otros. La última métrica es la cobertura de inventario, que es uno de los factores que se utilizan en la gestión de inventarios, permitiendo conocer el estado de las adquisiciones y suministros de inventario, además indica la cantidad de días de depreciación que la mercancía puede cubrir. (Singh et al., 2018, p.151).

La segunda dimensión es la organización de almacenes, que es un conjunto de actividades que se realizan para organizar adecuadamente los productos o mercancías que se obtienen desde el área de recepción hasta el área de almacén, donde se clasificarán las mercancías según el área asignada al reclamante. Además, incluye actividades importantes que incluyen el registro de los artículos, las instrucciones finales de liquidación y la clasificación ordenada de los bienes. (Singh et al., 2018, p.151).

El primer indicador es el registro, que es una de las principales actividades de las entidades comerciales, generalmente se realiza importando o exportando bienes del almacén, y también es el registro contable principal de cualquier propiedad. El segundo indicador es la clasificación, la cual indica la distribución de las mercaderías dentro del almacén en función a sus características, funciones, usos y de acuerdo a la naturaleza de la entidad. De manera general la clasificación de los productos puede ser de acuerdo al nivel de rotación del bien en un determinado tiempo y pueden emplearse técnicas para la clasificación de acuerdo a su importancia. La métrica final es la ubicación del producto, que es un conjunto de acciones que involucran una amplia gama de organizaciones y disciplinas para ordenar eficientemente los materiales, donde las características de las mercancías pueden ser un factor que afecta su ubicación en el almacén. (Min et al., 2019, p.3).

La última dimensión es el control del almacén, que es una parte importante del trabajo, ya que la toma de decisiones se basa en el control y debe realizarse de forma ordenada y planificada. Asimismo, se considera como un conjunto de actividades o procedimientos que regulan y aseguran el cumplimiento de los objetivos o planes de una entidad y pueden ser utilizados para evaluar la eficacia de otras funciones y capacidades en un área determinada. (Reis, Stender & Maruyama, 2017, p.330).

El primer indicador es la ubicación del producto, trámite que requiere mucha organización y especialización. La eficacia de la gestión de almacenes depende muchas veces de la ubicación de los productos, y esta considera la ubicación de la mercancía en una determinada zona, zona o zona. El segundo indicador es la verificación del producto en stock, que es la verificación del stock actual, y también se considera la identificación de las mercancías compradas, recibidas y compradas de diferentes clases en stock. Finalmente, el último indicador que es la verificación de existencias, también es probable verificar el stock disponible desde un punto de vista de la planificación de necesidades, ya que gracias a la verificación es posible que se compruebe la cantidad de un bien por medio de la verificación física, además verifica con exactitud los registros de stock y para controlar posibles pérdidas o deterioros (Reis et al.,2017, p.330).

Por otro lado, entre las bases teóricas concernientes a la segunda variable que es distribución de productos, el cual es un componente extremadamente importante en todas las actividades de marketing, se define como un enfoque para entregar productos o servicios a los consumidores finales a través de una variedad de formas, debido a que la distribución puede tener un efecto sobre el valor especial de la marca y puede utilizarse para mejorar la imagen de la marca entre los clientes. Es una actividad extremadamente importante destacar los métodos de búsqueda de mercados para encontrar formas de vender sus productos y servicios, además de dónde puede conservar sus productos y servicios, y el transporte de sus existencias, por ello, los gerentes deben considerar la distribución de los productos para entregar sus productos o servicios a los mercados (Kafaeipour, 2016, p.733).

Se define a la distribución implica hacer que un producto esté disponible para su compra distribuyéndolo en el mercado, el cual despacho y entrega, lo cual, es fundamental para las ventas de una empresa. El proceso de distribución comienza con la compra productos, los almacena y luego los vende a través de un canal de distribución, donde la forma de distribución adecuada mejora la exposición de una empresa en el mercado de productos y puede ofrecer una ventaja en términos de velocidad y eficiencia, por ello, el canal de distribución se refiere al flujo de negocios que ocurre entre un fabricante y un consumidor, hasta el camino que sigue una transacción, donde los distribuidores son los intermediarios que entregan y

albergan productos para que los productores los vendan a los consumidores (Zhu, 2020, p.2).

La distribución es el proceso de venta y entrega de productos de una empresa a un cliente y, a medida que la empresa se vuelve más exigente, es importante mejorar la distribución para garantizar la satisfacción de los clientes y también de todos los miembros del canal. Canal de distribución, puede haber muchas personas involucradas en la distribución. La distribución de productos juega un papel importante en la operación del negocio, ya que, sin el rol de monitorear y mejorar la relación entre la empresa y el cliente, la empresa no puede garantizar la prestación de un buen servicio. El departamento de distribución de productos es el encargado de gestionar el producto desde que sale del almacén general hasta que llega al cliente, con el fin de sincronizar la demanda de cada producto con la oferta, teniendo en cuenta el transporte interno y la frecuencia de entrega para reducir el tiempo de entrega y el inventario. (Hosseinpour, 2016, p.68).

Es el proceso de entregar los productos y servicios junto con la venta de un fabricante a un cliente. Con el crecimiento de la empresa, se vuelve más importante mejorar la distribución para asegurar que todas las personas en los canales de distribución de productos estén felices. Hace que el producto esté disponible para su compra al difundirlo en el mercado. El sistema de distribución de productos incluye el proceso de empaque, transporte y entrega, donde hay muchas personas involucradas en la red de distribución dependiendo de la estrategia involucrada. Para que la distribución de productos sea realmente exitosa, es necesario implementar un ciclo de retroalimentación continua para garantizar que todos estén contentos con el proceso y que se realicen las mejoras que se puedan realizar (Widiyanti et al., 2018, p.1).

Dentro de los aspectos teóricos de la distribución de productos se tiene Frazier quien en el 2009), demostraron que un sistema de gestión integrado permite mejorar el servicio y el rendimiento de las existencias a nivel de distribución. Al mismo tiempo, es un desafío continuo para los distribuidores adquirir y asimilar nuevos conocimientos para mejorar sus servicios y, en consecuencia, las ventas de productos manufacturados. En este caso, el conocimiento compartido permitirá a los distribuidores orientar con precisión a los clientes en el proceso de compra.

Por lo tanto, el intercambio de conocimientos puede crear un proceso de aprendizaje continuo que se extiende desde el fabricante hasta el cliente y viceversa. Los distribuidores y fabricantes que no comparten conocimientos tienen más dificultades para cumplir con las expectativas de los clientes, lo que aumenta los comportamientos de cambio (Redaelli et al., 2016, p.423).

Para la medición de la variable distribución de productos, se debe tener en cuenta que es una empresa comercializados y no produce o fabrica productos, además, que las únicas formas de distribución son la manera directa en tiendas físicas y virtual, pero por parte de la misma empresa, entonces se toma en cuenta lo inferido de lo propuesto por Yusuf & Perdana (2019) quien indicó que la distribución comienza por las condiciones previas a la entrega y el despacho de productos, los cuales se explicarán a continuación:

La primera dimensión es, las condiciones de entrega, esto se refiere que los artículos previa entrega al cliente, debe verificar su integridad y funcionamiento inspeccionando detalladamente su estado actual y varias características diferentes, pero estas características deben ser coherentes, debido a que si hay detalles de deterioro, puede ocasionar un conflicto nuevamente de búsqueda de un producto en buena condición que tiene que salir, retrasando todo el proceso, por lo cual es necesario que los productos sean revisados antes de ejecutar la compra, debido a que puede que el producto este suficientemente tiempo guardado para deteriorarse o pase a estar obsoleto para la empresa, debido a la antigüedad del producto (Putri, 2016, p.1190).

El primer indicador es el estado antes de entrega, es decir, como está de forma física y operativo el producto antes de entregarle al cliente, esto se puede verificar mediante la visualización del producto antes de sacarlo de almacén y corroborar que el producto almacenado cuente con todos sus accesorios o complementos propios para su funcionamiento. El segundo indicador son los requerimientos en relación a la venta, esto es la forma en que el producto que va ser entregado al cliente coincide con su pedido solicitado, en el caso de una venta virtual, el producto debe ser revisado y entregarle tal cual lo solicito el cliente en su compra, caso contrario el cliente perderá la confianza y el producto listo para entregar tendrá que ser devuelto a almacén y realizar todo el proceso de registro (Putri, 2016, p.1190).

La segunda dimensión es el despacho de productos, el cual se considera una de las funciones de un almacén, con la finalidad de que se envíe los productos solicitados por los clientes para que salgan de la empresa y sean entregados en el tiempo acordado y en perfectas condiciones. El proceso de entrega de mercancías se divide en varias fases, donde se asocian diferentes tareas con cada una para asegurar un resultado exitoso, por ello, el área de venta debe enviar al área de distribución el documento o lista de pedidos de todos los productos y componentes que deben producirse en función de su prioridad, dichas listas de despacho suelen incluir información detallada sobre la cantidad, ubicación, vencimiento, entre otros (Yu et al., 2015, p.105).

El primer indicador tiempo de entrega, en el cual con la información que se tiene en el área de despacho, para reportar y planificar las entregas en el caso de venta inmediata, pero las ventas virtuales, el plazo entrega antes de que los productos lleguen a su destino, donde es necesario que se conozca y confirme qué pedidos se van a preparar y enviar a lo largo del día, ordenen la lista de pedidos a preparar y lograr que el despacho de pedidos se realiza a tiempo. El último indicador es la confirmación del cliente, cuando el cliente en tienda o al momento de entrega revisa y luego indica que el pedido(s) son entregados en su totalidad, para luego el trabajador debe informar los tiempos de despacho que se han demorado y especificar demoras o contratiempos (Yu et al., 2015, p.105).

III. METODOLOGÍA

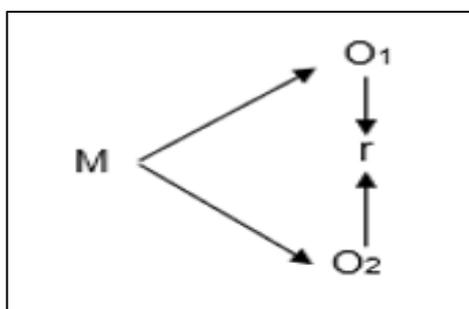
3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

Esta investigación se considera de tipo básica, porque aporta nuevos conocimientos sobre temas previamente estudiados, con el fin de promover el progreso del conocimiento teórico y científico. Balakumar et al (2015), la investigación básica también se denomina fundamental porque busca nuevos conocimientos mediante la recopilación de información, con el fin de enriquecer o enriquecer las teorías científicas. Este estudio contó con diseño de enfoque cuantitativo. Finalmente, Daniel (2016) menciona que en el enfoque cuantitativo se hace uso de diversas técnicas y procesos numéricos para afirma hipótesis científicas.

Diseño de investigación

El diseño es no experimental, donde se utilizan herramientas estadísticas para encontrar el objetivo del estudio, sin cambiar la realidad de las variables, ya que Kim (2019) planteó que el diseño no experimental no muestra un cambio intencional en la variable. Por otro lado, el grado es una correlación, para encontrar una relación entre dos variables. Según Ganan et al. (2015) Ámbito de correlación para descubrir y confirmar la relación entre variables. Finalmente, esta sección es transversal ya que solo se recopilan datos en el momento de la encuesta, según Bleske et al. (2015) afirmaron que la sección transversal recopila datos solo durante un período específico.



M: trabajadores

O1: Gestión de almacén

O2: Distribución de productos

R: relación

3.2. Variables y operacionalización

Variable (1): Gestión de almacén

Definición conceptual: La gestión de almacenes es un método utilizado por las empresas para organizar, almacenar y reponer el inventario, con el fin de mantener un suministro adecuado de mercancías al mismo tiempo. (Atnafu & Balda, 2018).

Definición operacional: Se define de forma operacional mediante lo inferido de la teoría, en el que se establecen tres dimensiones, que fueron: recepción de inventarios, organización y control de almacén

Indicadores: Los indicadores establecidos son; primera dimensión: Ingreso de productos, especificaciones y cobertura de stock. Segunda dimensión: Registro, clasificación y ubicación de productos. Tercera dimensión: Localización de productos, comprobación de productos en stock y verificación de existencias.

Escala de medición: Su medición se hizo mediante la categoría de tipo nominal ordinal de estilo Likert con cinco opciones de respuesta: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Indiferente (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

Variable (2): Distribución de productos

Definición conceptual: La distribución de productos se encarga de gestionar los productos desde que salen del almacén general hasta que llegan al cliente (Hosseinpour, 2016).

Definición operacional: Se define de forma operacional mediante lo inferido de la teoría, en el que se establecen tres dimensiones, que fueron: condiciones previas a la entrega y el despacho de productos.

Indicadores: Los indicadores establecidos son; primera dimensión: Estado antes de entrega y requerimientos en relación a la venta. Segunda dimensión: Tiempo de entrega y confirmación del cliente.

Escala de medición: Escala de medición: Su medición se hizo mediante la categoría de tipo nominal ordinal de estilo Likert cinco opciones de respuesta: Totalmente en desacuerdo (1), En desacuerdo (2), Indiferente (3), De acuerdo (4) y Totalmente de acuerdo (5).

3.3. Población, muestra y muestreo

Población: Se considera sociedad al conjunto de todos los factores de interés para el investigador. (Asiamah et al., 2017). La población que se consideró estuvo conformada por las acciones realizadas por los 30 trabajadores del área de almacén de la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021.

También se tienen en cuenta criterios de selección, ya que Martínez et al. (2016) sugieren que estos criterios ayudan a seleccionar una población particular con ciertas características:

Criterios de inclusión: Solo empleados del área de almacén de la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021.

Criterios de exclusión: Empleados tercerizados y que no pertenezcan de la empresa Credivargas San Martin y Loreto 2021.

Muestra: La muestra es un subconjunto obtenido de una población que es la unidad total del análisis (Van Rijnsoever, 2017). La muestra para este estudio fueron las acciones realizadas por los 30 trabajadores del área de almacén de la empresa Credivargas San Martin y Loreto 2021.

Muestreo: El tipo de muestreo fue probabilístico porque se algunos de los componentes de la población, mediante métodos estadísticos, así como en reglas aleatorias para su selección (Taherdoost, 2016).

Unidad de análisis: Para este estudio se tomó a los trabajadores por los trabajadores de la empresa Credivargas San Martin y Loreto que cumplan con los criterios de selección. Según Li et al. (2017) la unidad de análisis son la primordial fuente de datos para lograr la finalidad de un trabajo de investigación.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Para este estudio se utilizó la encuesta utilizada como método de recolección de datos. Según Díaz (2019), la encuesta es una técnica que ayuda a encontrar datos precisos sobre las variables que se investigan, pues con la ayuda de preguntas cerradas, precisas y sencillas se puede identificar información relevante para el logro de las metas.

Instrumentos

El instrumento seleccionado en este estudio fue el cuestionario, debido a que con esta herramienta se pudo estandarizar y uniformar la recolección de datos. De acuerdo con Hou & Chu (2015), el cuestionario muestra tasas de respuesta de ítems una baja tasa de preguntas sin respuestas que otros instrumentos. En esta investigación se utilizaron dos cuestionarios, para la variable gestión de almacén, contó con 15 ítems y para la variable distribución de productos 12 ítems, ambos tuvieron una escala ordinal.

Validez y confiabilidad de los instrumentos

Para la validación de los instrumentos se hizo uso del método Delphi o juicio de expertos, para ello, se escogieron tres docentes para la calificación de cada uno de los cuestionarios. Como lo mencionaron Zamanzadeh et al. (2015), este tipo de validación permite determinar la exactitud con la que un instrumento puede medir una realidad o problemática encontrada. Por otro lado, para la confiabilidad de estos instrumentos, se hizo una prueba piloto para determinar el estadístico Alfa de Cronbach, el cual determinará la fiabilidad de los cuestionarios. Como lo indicó Akeem (2015), la confiabilidad es la confianza que tiene un instrumento al ser aplicado a una pequeña muestra seleccionada.

3.5. Procedimientos

Los procedimientos es un conjunto de operaciones para representar un contenido bajo una forma diferente (Aguinis et al., 2019). Después de la selección de la

investigación, se realizó el establecimiento de variables, dimensiones e indicadores, los cuales serán la base para los instrumentos, luego se envió los cuestionarios realizados a los expertos, para su revisión y una vez validados, se pudo establecer la fecha para la aplicación de los cuestionarios, previamente con la autorización del dueño de la empresa Credivargas San Martín – Loreto.

3.6. Método de análisis de datos

El método de análisis es la cuantificación de los resultados obtenidos de los instrumentos (Quick & Hall, 2015). Toda la información recolectada de los instrumentos utilizados fue trasladada al programa Microsoft Excel, donde se realizó todo el procesamiento de datos y tabulaciones, en donde se procedió con su codificación para iniciar el procesamiento. Luego con las puntuaciones totales se trasladó al programa estadístico SPSS versión 25, con el cual se pudo aplicar los coeficientes de correlación necesarios.

3.7. Aspectos éticos

Según Yip et al. (2016) los aspectos éticos son aquellos criterios que tiene el investigador. Desde el comienzo de la realización del estudio, se respetó la autenticidad de las teorías y trabajos considerados en este informe, para ello, se citó debidamente para garantizar su autenticidad. De igual forma, esta investigación desde un criterio ético, se sustentó con documentos como validaciones, carta de autorización, autenticación de datos y documento que garantiza la originalidad de la investigación.

IV. RESULTADOS

Resultados descriptivos

4.1 Descripción

Para la obtención de los resultados, una vez elaborados y validados los instrumentos, se coordinó la aplicación de los mismos con los gerentes de tienda. Se realizó la encuesta en el formato google form y se procedió a enviar los enlaces a los encargados para que estos se los envíen a sus empleados vía waths app; una vez recogida la información se tabulo en el programa Excel y se obtuvo los resultados descriptivos que indican las condiciones en los que se encuentran las variables, posterior a ellos se ingresó la tabulación de los datos al sistema SPSS v. 25, para desarrollar la prueba de normalidad, así como las pruebas de correlación, con ello se pudo realizar la contrastación de hipótesis.

4.2. Resultados por variables de estudio

4.1.1. Variable: Gestión de almacén

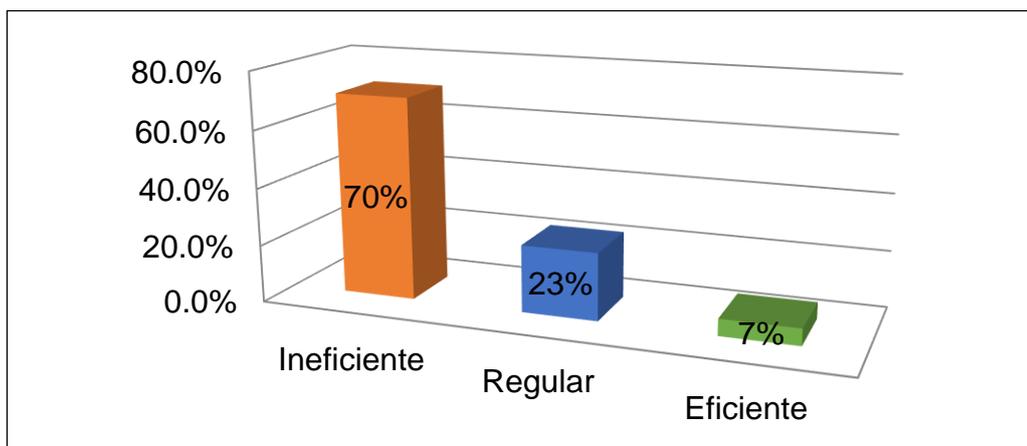
Tabla 1.

Gestión de almacén

Calificación	Frecuencia	Porcentaje
Ineficiente	21	70%
Regular	7	23%
Eficiente	2	7%
Total	30	100.0%

Figura 1.

Gestión de almacén



Según la tabla y figura mostrada, se ha observado que el 70% de encuestados calificó a la gestión de almacén de la empresa Credivargas como ineficiente, debido a los problemas encontrados en la recepción de productos que impiden una correcta organización y control de los artículos almacenados; el 23% indicó que es regular y finalmente el 7% manifestó que la gestión que se realiza en el almacén fue eficiente, desde su perspectiva. Los empleados manifiestan que, si bien la recepción de mercaderías se cumple en su mayoría de veces con el protocolo, los aspectos en donde más se suscitan problemas es la organización del almacén, sobre todo al ordenar y ubicar los productos, lo que genera pérdida de tiempo; por otro lado, los almacenes en algunas ciudades no se encuentran en la misma tienda, esto impide disponer al instante de algunos productos; en cuanto al control de almacén, se desconoce la forma adecuada de realizar los controles, si bien se separan los artículos en buen estado de los defectuosos, pero esto debería hacerse verificando el estado de estos desde su ingreso y no porque el cliente lo devuelve.

4.1.2 Variable: Distribución de productos

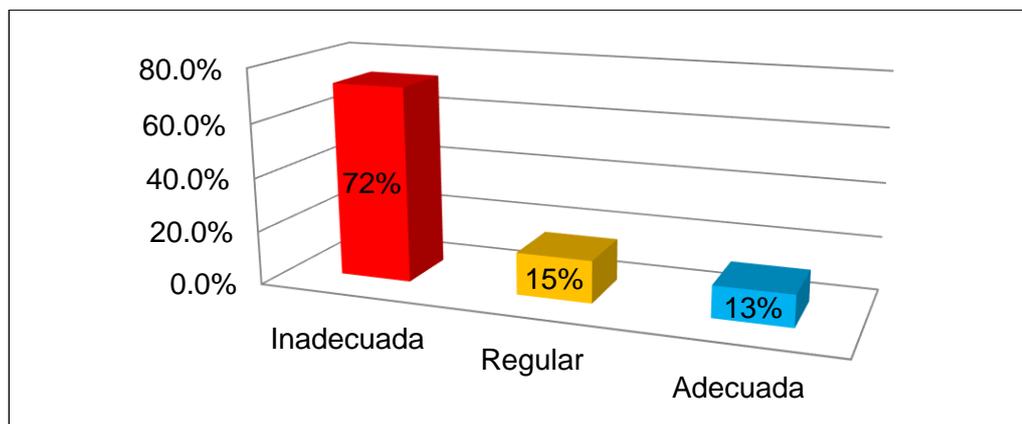
Tabla 2.

Distribución de productos

Calificación	Frecuencia	Porcentaje
Inadecuada	21	72%
Regular	5	15%
Adecuada	4	13%
Total	30	100.0%

Figura 2.

Distribución de productos



Según la tabla y figura mostrada, se ha observado que el 72% de encuestados calificó a la distribución de la empresa Credivargas como inadecuada, el 15% indicó que es regular y finalmente el 13% manifestó que la distribución de productos es adecuada. Todo esto debido a las deficiencias en cuanto a la revisión de las condiciones del producto previa entrega, aunque estas situaciones se manifiestan en regulares ocasiones, generan incomodidad y desconfianza en los clientes; por otra parte, no se tiene una programación para la distribución de los productos, por lo que a veces estos no llegan a los domicilios de los clientes según lo pactado; los empleados consideran que en la mayor parte de ocasiones para la distribución sucede algún imprevisto que no permite cumplir con el cliente al 100 por ciento.

4.3. Prueba de normalidad

Para la identificación de la normalidad de datos, se utilizó la siguiente prueba estadística, la cual también ayudó en la elección del coeficiente de correlación a emplear.

Tabla 3.

Prueba de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de almacén	,169	30	,001	,910	30	,001
Distribución de productos	,186	30	,000	,857	30	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

H₀: Los datos se distribuyen de acuerdo a una distribución normal.

H₁: Los datos no se distribuyen de acuerdo a una distribución normal.

Criterio de decisión: Si la significancia (p) es menor a 0.050, se afirma la existencia de datos que no están normalmente distribuidos, mientras que, si es mayor, si hay datos normalmente distribuidos.

De acuerdo con el resultado y teniendo en cuenta que la muestra es 30 participantes, solo se tomó en consideración los resultados de la prueba denominada Shapiro-Wilk, en donde se observa que ambas variables tienen una significancia menor a 0.050, lo que demuestra que los datos no están correctamente distribuidos, por lo cual se determinó la utilización la prueba de correlación para datos no paramétricos que en este caso es el estadístico Rho de Spearman.

4.4 Prueba de hipótesis

Regla de decisión

Si $P - \text{Valor} > 0.05$, se acepta la hipótesis nula (H_0)

Si $P - \text{Valor} < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0). En consecuencia, se acepta la hipótesis alterna (H_1).

4.4.1 Hipótesis general

Tabla 4.

Relación entre la gestión de almacén y la distribución de productos

		Gestión de almacén	Distribución de productos	
Rho de Spearman	Gestión de almacén	Coefficiente de correlación	1,000	,726**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	N	30	30	
	Distribución de productos	Coefficiente de correlación	,726**	1,000
Sig. (bilateral)		,000	.	
	N	30	30	

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

H_1 : La gestión de almacén se relaciona significativamente con la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto 2021.

H_0 : La gestión de almacén no se relaciona significativamente con la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto 2021.

Criterio de decisión: Nivel de significación: $\alpha = 0.05$, si $p\text{-valor} < \alpha$ entonces se rechaza la H_0 .

Se pudo visualizar en la tabla, que el p. valor o significancia fue igual 0.000, la cual al ser menor a 0.05, permite afirmar la existencia de una relación entre las variables, mientras que el coeficiente de correlación fue de 0.726 y demuestra que la relación es positiva alta. Por lo tanto, se acepta la hipótesis del estudio y se manifiesta que, si la gestión de almacén se realiza de manera

inadecuada debido a problemas dentro del proceso, habrá una inadecuada distribución de productos.

4.4.2 hipótesis específicas

Objetivo específico 01: Relación entre la recepción de mercaderías y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto 2021

Tabla 5.

Relación entre la recepción de inventarios y la distribución de productos

			Recepción de mercaderías	Distribución de productos
Rho de Spearman	Recepción de mercaderías	Coefficiente de correlación	1,000	,700**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Distribución de productos	N	30	30
		Coefficiente de correlación	,700**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

H₁: Existe una relación significativa entre la recepción de mercaderías y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto 2021

H₀: No existe una relación significativa entre la recepción de mercaderías y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto 2021

Criterio de decisión: Nivel de significación: $\alpha = 0.05$; si p-valor < α entonces se rechaza la H₀.

Conforme a los resultados de la tabla se pudo observar que el p. valor o significancia es de 0.000, lo que demuestra la existencia de una relación entre la dimensión y la variable; por otro lado, mediante el coeficiente de Rho de Spearman de 0.700, se puede demostrar que la relación es directa alta. Esto permitió comprender que una ineficiente recepción de mercaderías,

puede generar una mala distribución de los productos en la empresa Credivargas.

Objetivo específico 02: Encontrar la relación entre la distribución en almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto 2021.

Tabla 6.

Relación entre la organización de almacén y la distribución de productos

		Organización de almacén	Distribución de productos
Rho de Spearman	Organización de almacén	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 .000 30
	Distribución de productos	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,698** ,000 30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

H₁: Existe una relación significativa entre la organización de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto 2021

H₀: No existe una relación significativa entre la organización de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto 2021

Criterio de decisión: Nivel de significación: $\alpha = 0.05$; si p-valor < α entonces se rechaza la H₀.

De acuerdo a la tabla, se encontró una significancia bilateral menor a 0.050 (0.000), lo que permite confirmar la existencia de una relación, mientras que el coeficiente de la prueba estadística fue de 0.698 que indicó también que la relación entre la dimensión y la variable es directa alta. Estos resultados permitieron confirmar la hipótesis alterna y determinar que entre más inadecuadamente sea la organización del almacén, habrá una ineficiente distribución de productos en la empresa.

Objetivo específico 03: Encontrar la relación entre el control de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto 2021

Tabla 7.

Relación entre el control de almacén y la distribución de productos

			Control de almacén	Distribución de productos
Rho de Spearman	Control de almacén	Coeficiente de correlación	1,000	,702**
		Sig. (bilateral)	.	,000
	Distribución de productos	N	30	30
		Coeficiente de correlación	,702**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

H₁: Existe una relación significativa entre el control de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto 2021

H₀: No existe una relación significativa entre el control de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto 2021

Criterio de decisión: Nivel de significación: $\alpha = 0.05$; si p-valor < α entonces se rechaza la H₀.

Como se visualiza en la tabla, se confirmó que existe relación entre la dimensión y la variable, ya que se encontró una significancia bilateral menor a 0.050 (0.000), mientras que el coeficiente de correlación fue igual a 0.702, lo que demuestra que esta relación es positiva alta. Esto permitió confirmar la hipótesis alterna y confirmar que entre más ineficiente sea el control del almacén, más dificultades presentará la distribución de los productos en la organización.

V. DISCUSIÓN

En este apartado se hizo la comparación entre los hallazgos encontrados en el presente estudio con los evidenciados en otras investigaciones, para ello, se utilizó tanto de los antecedentes o trabajos previos como también las bases teóricas de autores, que respaldan los hallazgos de manera literaria.

Los hallazgos correspondientes al primer objetivo específico mostraron que la prueba estadística muestra una significancia de 0.000 y un coeficiente de 0.700, confirmando la existencia de una relación, esto demuestra que la ineficiente recepción que se está realizando, debido a ciertas inconsistencias en los registros de los aprovisionamientos de los productos que llegan a almacén, está directamente vinculado con la inadecuada distribución actual de los productos en la organización. Esto coincide con lo indicado por Scur & Barbosa (2017), pero desde un ámbito positivo, porque lograron evidenciar que la manera correcta de la gestión de almacén, desde su recepción, se relaciona con la correcta distribución de los bienes almacenados, esto porque las capacidades y habilidades del personal de almacén que han adoptado las empresas, han permitido la efectividad de las actividades de aprovisionamiento hasta el control de inventarios dentro de almacén. Esta contrastación, ayuda a afirmar lo indicado por Peláez y Acosta (2021) quienes en su investigación lograron determinar que la gestión de almacén, desde la recepción, es de vital importancia para la distribución de productos físicos, debido a que estos aspectos son necesarios para mejorar la experiencia integral en los servicios y la verificación de cuellos de botellas que signifiquen costos más altos. Los resultados a pesar de ser diferentes son fundamentados por la teoría de Muchaendepi et al. (2019) quienes consideraron a la recepción de inventarios como un proceso en el cual los bienes que llegan de una fuente de suministros hasta la empresa. De igual forma Zhu (2020) indicó que la distribución de productos es garantizar que un artículo esté disponible para su compra en el mercado.

Los resultados del segundo objetivo específico mostraron un p – valor menor a 0.050 y un coeficiente de 0.698, afirmando que hay una relación, esto indica que la mala organización del almacén, como la incorrecta clasificación de artículos o

la falta de una programación de las actividades que se tienen para garantizar el orden; está conectado de forma directa con la incorrecta distribución de las entregas de productos de la entidad. Esto concuerda con lo evidenciado por Arunyanart et al. (2019) quienes en su investigación concluyeron que la correcta organización de almacén pudo mejorar el rendimiento de la distribución total de los productos, debido a que ayudó con una reducción del 59,46% en el stock de seguridad de la empresa y un aumento del 13,73% en el volumen de almacenamiento. De igual manera Lancho (2019) determinó que la correcta gestión de almacén (dentro de la organización) permitió la mejora en un 40% en el despacho y distribución de los productos, indicando la calificación de productos mediante el ABC y la verificación de los inventarios que más rotan dentro de la empresa. Los tres hallazgos evidenciados tienen sustento teórico, tal como lo indican Singh et al. (2018) quienes consideraron que la organización de almacén, es un conjunto de actividades que se realizan para organizar adecuadamente las mercaderías adquiridas desde el área de recepción hasta el área de almacén; mientras que Hosseinpour (2016) indicó que la distribución juega un papel vital en las operaciones de una empresa, ya que permite garantizar el mejor servicio posible.

Por otro lado, los datos del tercer objetivo específico muestran que en la prueba de correlación se halló una sig. bilateral de 0.000 y un r de 0.702, confirmando la existencia de una relación positiva alta, lo que evidencia que el ineficiente control realizado, debido a que no se ha realizado una evaluación tanto de la cantidad como del estado de los productos de una forma constante, además de que no se actualizan los datos de los inventarios, viene generando una inadecuada distribución de los productos. Esto concuerda con lo hallado por Choquehuanca (2018) quien identificó una relación fuerte entre el control de la gestión del almacén en referencia a la distribución, porque el buen desarrollo de todas las actividades de la primera mejoró con la ayuda de un control eficiente. Lo anterior, también es similar a lo hallado por Jaqueta et al. (2020) quienes demostraron que los desafíos en la gestión logística generan dificultades en la correcta distribución, debido a problemas como la desalineación del sistema de almacenamiento, los tiempos de procesamiento de pedidos y también los de

transporte. Por otra parte, los hallazgos están respaldados con teorías como la que mencionan Reis et al. (2017) quienes manifestaron que del control de almacén depende la toma de decisiones y debe hacerse de una manera muy organizada y planificada. De la misma manera Widiyanti et al. (2018) indicó que la distribución es un proceso de entregar los productos y servicios junto a las ventas de una empresa a un cliente.

Por último, a través de los descubrimientos correspondientes al objetivo general, se pudo corroborar una significancia menor a 0.050 y un coeficiente de 0.726, confirmando la existencia de una relación estadística, esto demuestra que la ineficiente gestión de almacén, derivada por la poca capacidad de manejar tanto la recepción, organización y control de los productos almacenados, está vinculada de forma directa con la inadecuada distribución de productos, debido a que no se hace una verificación previa de los productos a entregar, lo que ocasiona contratiempos para el despacho de los mismos. Esto concuerda con lo encontrado por Alarcón (2019) quien halló que la gestión de almacén está relacionada con el despacho de artículos ($p > 0.050$), esto a razón de que, la empresa tiene un deficiente manejo del almacén, debido a que las normativas y políticas de control de ingresos de mercadería son ineficientes, además, la distribución de los productos es muy inadecuada, debido a las demoras que se ocasionan en este proceso. De igual forma, con Abushaikha et al. (2018) quienes determinaron la existencia de una relación positiva entre la gestión del almacén y el rendimiento de la distribución, debido a que la prueba estadística indicó un p – valor menor a 0.050; debido a que la gestión de almacén realizada por la empresa es la adecuada y la distribución de artículos es eficiente. Esto es sustentado por los argumentos teóricos de Atnafu & Balda (2018) quienes consideraron que la gestión de almacén es un método importante para organizar, almacenar y reemplazar el inventario; también Hosseinpour (2016) manifestó de forma teórica que la distribución de productos se encarga de gestionar los productos desde que salen del almacén general hasta que llegan al cliente.

VI. CONCLUSIONES

1. Existe una relación significativa entre la recepción de mercaderías y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto, lo que demostró que al haber encontrado inadecuadas acciones en el ingreso de productos como también la falta de revisión de las especificaciones y cobertura del stock, genera un efecto negativo en la falta de capacidad y manejo para una óptima distribución de los productos.
2. La distribución en almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto, tienen una relación significativa, esto indicó que la ineficiente forma de realizar el registro, clasificación y ubicación de los productos que son recepcionados por la empresa, está conectado con la ineficacia al momento de realizar el despacho de los artículos que vende la empresa.
3. Existe una relación significativa entre el control de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto, se pudo demostrar que la realización incorrecta de las actividades de localización, comprobación y verificación de los inventarios almacenados, está asociado con la poca eficacia que demuestra la distribución actual de artículos.
4. La gestión de almacén se relaciona significativamente con la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto, lo que indicó que las ineficiencias en aspectos importantes como la recepción, organización y control de todos los inventarios que ingresan a la empresa, está directamente vinculado con la poca capacidad de la empresa para realizar una óptima distribución de los productos que vende en la actualidad.

VII. RECOMENDACIONES

1. Al encargado de almacén, se recomienda establecer nuevos protocolos y normativas, en cuanto a la recepción de los productos; estas acciones deben ser inmediatamente impuestas en las tareas y funciones de los empleados de forma detallada; esto permitirá optimizar que los productos recibidos puedan estar correctamente organizados, lo que ayuda y agiliza la distribución de los productos a los clientes.
2. Al gerente, actualizar el sistema de clasificación de productos de almacén por uno automatizado, para ello, es necesario la capacitación de los trabajadores encargados de esta función, esto permitirá que se tenga una mejor organización y localización de los bienes, además, contribuirá con una mejor logística dentro de la organización.
3. El encargado de almacén debe desarrollar supervisión periódica, para identificar de forma oportuna aquellos procedimientos que puedan ocasionar pérdidas o problemas al momento que se tengan que disponer de los productos almacenados, esto permitirá tener una custodia efectiva de los bienes que se encuentra en el almacén, con el detalle preciso de la situación actual y ayudando a que, en el momento del despacho no se tenga inconvenientes.
4. Por último, el jefe de almacén debe revisar las políticas internas entre trabajadores, para cumplir de manera efectiva los protocolos en la recepción y organización de los productos, así como las responsabilidades y sanciones a quien no cumpla sus funciones; esto ayudará a que los empleados tengan mayor cuidado en el desarrollo de la cadena logística y que se cumpla con la distribución en el tiempo pactado con el cliente y con todos sus requerimientos cumplidos.

REFERENCIAS

- Abushaikha, I., Salhieh, L. & Towers, N. (2018). Improving distribution and business performance through lean warehousing. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 46(8), 780-800. Obtenido de <http://eprints.glos.ac.uk/5801/1/5801%20Towers%20%282018%29%20Improving%20distribution%20and%20business%20performance%20through%20lean%20warehousing.pdf>
- Aguinis, H., Hill, S. & Bailey, J. (2019). Best Practices in Data Collection and Preparation: Recommendations for Reviewers, Editors, and Authors. *Organizational Research Methods*, 20(10), 1-16. Obtenido de <http://hermanaguinis.com/ORMdatacollection.pdf>
- Akeem, O. (2015). Principles and methods of validity and reliability testing of questionnaires used in social and health science researches. *Nigerian Postgraduate Medical Journal*, 22(4), 195-201. Obtenido de http://www.npmj.org/temp/NigerPostgradMedJ224195-7251334_200833.pdf
- Alarcón, A. (2019). *Gestión de almacenaje para reducir el tiempo de despacho en una distribuidora en Lima*. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/8970/1/2019_Alarcon-Casa%C3%B1a.pdf
- Arunyanart, S., Tangkitipanusawat, P. & Yoshimoto, K. (2019). Improving efficiency on warehouse management: a case study of beverage company's distribution center. *Asia-Pacific Journal of Science and Technology*, 24(3), 1-11. Obtenido de <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/APST/article/view/110744/151387>
- Asiamah, N., Mensah, H. & Oteng, E. (2017). General, Target, and Accessible Population Demystifying the Concepts for Effective Sampling. *The Qualitative Report*, 22(6), 1607-1621. Obtenido de <https://nsuworks.nova.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2674&context=tqr>

- Atnafu, D. & Balda, A. (2018). The impact of inventory management practice on firms' competitiveness and organizational performance: Empirical evidence from micro and small enterprises in Ethiopia. *Cogent Business & Management*, 5(1), 1-16. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/23311975.2018.1503219?needAccess=true>
- Balakumar, P., Mohammed, M. & Jagadeesh, G. (2015). The critical steps for successful research: The research proposal and scientific writing. *Journal of Pharmacology and Pharmacotherapeutics*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Gowraganahalli_Jagadeesh/publication/225045119_The_basic_concepts_of_scientific_research_and_communication/links/58fa3db7aca2723d79d60db3/The-basic-concepts-of-scientific-research-and-communication.pdf
- Bleske, A., Morrison, K. & Hiedtke, L. (2015). Causal Inference from Descriptions of Experimental and Non-Experimental Research: Public Understanding of Correlation-Versus-Causation. *The Journal of General Psychology*, 142(1), 48-70. Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00221309.2014.977216>
- Bonmatí, J. (21 de mayo de 2020). *La distribución española, líder de Europa en gestión de producto*. Obtenido de InfoRetail: <https://www.revistainforetail.com/noticiadet/la-distribucion-espanola-lider-de-europa-en-gestion-de-producto/0d77af4121892a026ee3418caba2d9b7>
- Chang, J. (2016). Research on and implementation of the logistics warehouse management. *Conference on Social Science and Technology Education*, 1(1), 176-181. Obtenido de <https://download.atlantispress.com/article/25852661.pdf>
- Choquehuanca, H. (2018). *Gestión de almacenes en una empresa logística, Lima 2016 - 2017*. Universidad Cesar Vallejo, Lima. Obtenido de <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:jo4z95ggp6YJ:ht>

[tps://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14217/Choquehuanca_HHF.pdf%3Fsequence%3D1+%&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14217/Choquehuanca_HHF.pdf%3Fsequence%3D1+%&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=pe)

Daniel, E. (2016). The Usefulness of Qualitative and Quantitative Approaches and Methods in Researching Problem-Solving Ability in Science. *Journal of Interprofessional Education and Practice*, 7(15), 91-100. Obtenido de <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1103224.pdf>

Díaz, V. (2019). Influence of the questionnaire design in selfadministered surveys. *International Journal of Comparative Sociology*, 3(1), 115-121. Obtenido de <https://medcraveonline.com/SIJ/SIJ-03-00163.pdf>

Emerenciano, F. & De Sousa, J. (2017). Supply chain management in traditional industries in Brazil: a relational view. *International Journal of Services and Operations Management*, 28(4), 448-467. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/320359167_Supply_chain_management_in_traditional_industries_in_Brazil_a_relational_view

Ganan, B., Hauser, G. & Thomas, T. (2015). A correlational study investigating the relationship between the Fluidez en La Lectura Oral Lectura (IDEL FLO) and the English portion of the Illinois Standard Achievement Test (ISAT). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Obtenido de [https://pdf.sciencedirectassets.com/277811/1-s2.0-S1877042815X0036X/1-s2.0-S1877042815043049/main.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEJ%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2FwEaCXVzLWVhc3QtMSJGMEQCIDGEaULxkH1GaHw1GEMGEtFwM5Lllwae7HdQHQUw1muiAiBLquSbqqslQt](https://pdf.sciencedirectassets.com/277811/1-s2.0-S1877042815X0036X/1-s2.0-S1877042815043049/main.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEJ%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2F%2FwEaCXVzLWVhc3QtMSJGMEQCIDGEaULxkH1GaHw1GEMGEtFwM5Lllwae7HdQHQUw1muiAiBLquSbqqslQt)

Hosseinpour, A. (2016). The analysis of intensive distribution approach. *Shiraz Journal of System Management*, 4(2), 67-78. Obtenido de http://irisweb.ir/files/site1/rds_journals/1611/article-1611-581221.pdf

Hou, J. & Chu, Y. (2015). Automatic questionnaire survey by using the collective message over the Internet. *Advanced Engineering Informatics*, 29(4), 813–

829. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1474034615000968>
- Jaqueta, S., Mashilo, E., Mocke, K. & Agigi, A. (2020). Physical distribution challenges and adaptations: A qualitative study of South Africa-based organisations operating in emerging African markets. *Journal of Transport and Supply Chain Management*, 14(1), 1-16. Obtenido de <https://jtscm.co.za/index.php/jtscm/article/download/475/880>
- Kafaeipour, A. (2016). Evaluation of effect of distribution strategy on sale promotion of Samsung Company in Iran. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(6), 733-736. Obtenido de <https://www.richtmann.org/journal/index.php/mjss/article/view/8152/7816>
- Kim, H. (2019). Propensity Score Analysis in Non-Randomized Experimental Designs: An Overview and a Tutorial Using R Software. *New Directions for Child and Adolescent Development*. Obtenido de <https://booksc.xyz/book/77355172/024755>
- Lancho, D. (2019). *Análisis y propuestas de mejora para la gestión del almacén de productos terminados en una empresa de elaboración de productos para el reencauche de neumáticos*. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima. Obtenido de https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/16004/LANCHO_HUARAG_DIEGO_AN%c3%81LISIS_PROPUESTAS_MEJORA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Leung, N., Chen, A., Yadav, P. & Gallien, J. (2016). The Impact of Inventory Management on Stock-Outs of Essential Drugs in Sub-Saharan Africa. *Plos One*, 11(5), 1-18. Obtenido de <https://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0156026&type=printable>
- Li, W., Chen, Y., Xiang, P. & Xie, X. (2017). Unit of Analysis: Impact of Silverman and Solmon's Article on Field-Based Intervention Research in Physical

- Education in the U.S.A. *Journal of Teaching in Physical Education*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/314716294_Unit_of_Analysis_Impact_of_Silverman_and_Solmon's_Article_on_Field-Based_Intervention_Research_in_Physical_Education_in_the_USA
- Magni, F. (10 de octubre de 2017). *Consumo masivo: El mercado peruano y la gestión de canales*. Obtenido de Blog Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas: <https://blogs.upc.edu.pe/blog-de-administracion-y-marketing/noticias/consumo-masivo-el-mercado-peruano-y-la-gestion-de>
- Majem, J. (03 de julio de 2018). *Logística: ¿Qué debemos tener en cuenta en la gestión de almacenes?* Obtenido de Perú Retail: <https://www.peru-retail.com/logistica-gestion-de-almacenes/>
- Mallqui, L. (2020). *Optimización de procesos de almacenamiento y despacho en almacenes para productos terminados en una empresa de fabricación de tuberías PVC*. Universidad Continental , Arequipa. Obtenido de https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/8677/4/IV_FIN_108_TI_Mallqi_Naupay_2020.pdf
- Martínez, J., González, D., Pereira, R., Bonamigo, R. & Bastos, J. (2016). Sampling: how to select participants in my research study? *Anais Brasileiros de Dermatologia*. Obtenido de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4938277/>
- Min, S., Zacharia, Z. & Smith, C. (2019). Defining Supply Chain Management: In the Past, Present, and Future. *Journal of Business Logistics*, 1(1), 1–12. Obtenido de <https://sci-hub.tw/https://doi.org/10.1111/jbl.12201>
- Miralam, M. (2017). Impact of implementing warehouse management system on auto spare part industry market in Saudi Arabia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 6(3), 56-73. Obtenido de https://sibresearch.org/uploads/3/4/0/9/34097180/riber_6-3_a17-023_56-73.pdf

- Muchaendepi, W., Mbohwa, C., Hamandishe, T. & Kanyepe, J. (2019). Inventory Management and Performance of SMEs in the Manufacturing Sector of Harare. *Procedia Manufacturing*, 33(1), 454–461. Obtenido de <https://pdf.sciencedirectassets.com/306234/1-s2.0-S2351978919X00086/1-s2.0-S2351978919305335/main.pdf?X-Amz-Security-Token=IQoJb3JpZ2luX2VjEUBuCXVzLWVhc3QtMSJHMEUCIDWsYWn6O hbOhzgyrTHmct6NPlyrL%2FpEqmoJoKProF7oAiEAqCk6U39hEhX0YUh8 XKFErbDOZtV3DaXYRgvURggqjC>
- Peláez, D. & Acosta, J. (2021). La importancia de la implementación de warehouse management system para los centros de distribución. *Revista CIES Economía & Sociedad*, 12(1), 213-232. Obtenido de <https://www.escolme.edu.co/revista/index.php/cies/article/download/338/357>
- Putri, I. (2016). The effect of product quality and delivery service on online customer satisfaction in Zalora Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 4(1), 1189-1199. Obtenido de <https://media.neliti.com/media/publications/2991-EN-the-effect-of-product-quality-and-delivery-service-on-online-customer-satisfacti.pdf>
- Quick, J. & Hall, S. (2015). Part Three: The Quantitative Approach. *Journal of perioperative practice*. Obtenido de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/175045891502501002?journalCode=ppja>
- Redaelli, E., Paiva, E. & Teixeira, R. (2016). The relationship between manufacturer and distributors: Knowledge transfer and performance. *Brazilian Administration Review*, 12(4), 421- 441. Obtenido de <https://www.scielo.br/j/bar/a/nCPtMFtxdGhbhprPYjvfVN/?format=pdf&lang=en>
- Reis, A., Stender, G. & Maruyama, U. (2017). Internal logistics management: Brazilian warehouse best practices based on lean methodology. *International Journal Logistics Systems and Management*, 26(3), 329-345. Obtenido de

<http://pppro.cefet-rj.br/wp-content/uploads/2017/05/IJLSM260304-REIS-et-al.pdf>

Scur, G. & Barbosa, M. (2017). Green supply chain management practices: Multiple case studies in the Brazilian home appliance industry. *Journal of Cleaner Production*, 141(1), 1293–1302. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0959652616314998?via%3Dihub>

Singh, H., Garg, R. & Sachdeva, A. (2018). Uncertain Supply Chain Management. *Uncertain Supply Chain Management*, 6(1), 149–180. Obtenido de http://www.growingscience.com/uscm/Vol6/uscm_2017_22.pdf

Taherdoost, H. (2016). Sampling Methods in Research Methodology; How to Choose a Sampling Technique for Research. *International Journal of Academic Research in Management*, 5(2), 18-27. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/319998246_Sampling_Methods_in_Research_Methodology_How_to_Choose_a_Sampling_Technique_for_Research

Van Rijnsoever, F. (2017). (I Can't Get No) Saturation: A simulation and guidelines for sample sizes in qualitative. *PlosOne*. Obtenido de <https://journals.plos.org/plosone/article/file?id=10.1371/journal.pone.0181689&type=printable>

Widiyanti, S., Dachyar, M. & Farizal, M. (2018). Product distribution optimization in food SMEs with integer linear programming. *MATEC Web of Conferences*, 248(34), 1-5. Obtenido de https://www.matec-conferences.org/articles/matecconf/pdf/2018/107/matecconf_estic2018_03014.pdf

Yip, C., Reena, N. & Leong, B. (2016). Legal and ethical issues in research. *Indian Journal of Anaesthesia*, 60(9), 684-688. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/308133878_Legal_and_ethical_issues_in_research

- Yu, J., Subramanian, N., Ning, K. & Edwards, D. (2015). Product delivery service provider selection and customer satisfaction in the era of internet of things: A Chinese e-retailers' perspective. 159. *International Journal of Production Economics*,, 159(1), 104-116. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0925527314003090>
- Yusuf, M. & Perdana, A. (2019). The impact of product quality, price, and distribution on satisfaction and loyalty. *Distribution Science Research*, 17(10), 17 - 26. Obtenido de https://www.kci.go.kr/kciportal/landing/article.kci?arti_id=ART002514803#none
- Zamanzadeh, V., Ghahramanian, A., Rassouli, M., Abbaszadeh, A., Alavi, H. & Nikanfar, A. (2015). Design and Implementation Content Validity Study: Development of an instrument for measuring Patient-Centered Communication. *International Journal of Caring Sciences*. Obtenido de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4484991/pdf/jcs-4-165.pdf>
- Zapata, B. (26 de abril de 2018). *Atención al cliente con falencias en Ecuador*. Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/04/26/nota/6731814/atencion-cliente-falencias-ecuador>
- Zhu, L. (2020). Supply chain product quality control strategy in three types of distribution channels. *PLoS ONE*, 15(4), 1-18. Obtenido de https://storage.googleapis.com/plos-corpus-prod/10.1371/journal.pone.0231699/1/pone.0231699.pdf?X-Goog-Algorithm=GOOG4-RSA-SHA256&X-Goog-Credential=wombat-sa%40plos-prod.iam.gserviceaccount.com%2F20210923%2Fauto%2Fstorage%2Fgoog4_request&X-Goog-Date=20210

ANEXOS

Anexo 1. Matriz de operacionalización de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala Medición	Instrumento
Variable 1 Gestión de almacén	La gestión de almacén es un método que las empresas utilizan para organizar, almacenar y reemplazar el inventario, para mantener un suministro adecuado de bienes al mismo tiempo (Atnafu & Balda, 2018)	Se defina la gestión de almacén de forma operacional mediante las dimensiones de la variable gestión de almacén, las cuales son recepción, distribución y control de almacén	Recepción de mercaderías	Ingreso de productos	1,2	Ordinal	Cuestionario
				Especificaciones	3,4		
				Cobertura de stock	5		
			Organización de almacén	Registro	6,7		
				Clasificación	8		
				Ubicación de productos	9,10		
			Control de almacén	Localización de productos	11		
				Comprobación de productos en stock	12,13		
				Verificación de existencias	14,15		
Variable 2 Distribución de productos	La distribución de productos se encarga de gestionar los productos desde que salen del almacén general hasta que llegan al cliente (Hosseinpour, 2016).	Para la medición de la variable distribución de productos, se operacionaliza condiciones previas a la entrega y el despacho de productos.	Condiciones de entrega	Estado antes de entrega	1,2,3	Ordinal	Cuestionario
				Requerimientos en relación a la venta	4,5,6		
			Despacho de productos	Tiempo de entrega	7,8,9		
				Confirmación del cliente	10,11,12		

Anexo 2. Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Metodología
<p>Pregunta general ¿Cuál es la relación de la gestión de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021?</p> <p>Preguntas específicas ¿Cuál es la relación entre la recepción de mercaderías y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre la organización de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre el control de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación entre la gestión de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021</p> <p>Objetivos específicos Identificar la relación entre la recepción de mercaderías y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021</p> <p>Encontrar la relación entre la organización de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021.</p> <p>Determinar la relación entre el control de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021</p>	<p>Hipótesis general La gestión de almacén se relaciona significativamente con la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021.</p> <p>Hipótesis específicas Existe una relación significativa entre la recepción de mercaderías y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021</p> <p>Existe una relación significativa entre la organización de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021</p> <p>Existe una relación significativa entre el control de almacén y la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martin – Loreto 2021</p>	<p>Variable 1: Gestión de almacén</p> <p>Variable 2: Distribución de productos</p>	<p>Recepción de inventarios</p> <p>Organización de almacén</p> <p>Control de almacén</p> <p>Condiciones de entrega</p> <p>Despacho de productos</p>	<p>Tipo: Básica</p> <p>Nivel: Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental</p> <p>Población: 30 trabajadores</p> <p>Muestra: 30 trabajadores</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo 3. Instrumentos

Cuestionario de gestión de almacén

Con el propósito de conocer la gestión de almacén en la empresa Credivargas San Martín – Loreto 2021, para la cual se le pide responda con total sinceridad.

Tomando en cuenta:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

Nº	GESTIÓN DE ALMACÉN					
Recepción de mercaderías						
		1	2	3	4	5
1	Se realiza un adecuado registro en el ingreso de productos al almacén.					
2	Se elabora el registro de las características o el estado en que ingresa los productos al almacén.					
3	Se registra los productos con códigos o numeración de identificación.					
4	Se hace el registro de la cobertura de determinados productos.					
5	Se programan las actividades a realizar para la recepción de productos					
Organización de almacén						
		1	2	3	4	5
6	Se elabora una correcta clasificación de productos del almacén de acuerdo al tipo o marca.					
7	Se ordenan los productos localizados en los estantes del almacén					
8	Se hace una adecuada ubicación de los productos que se tienen en almacén.					
9	Se cuenta con accesibilidad del stock disponible que se tiene en almacén.					
10	Se tiene la programación de actividades para la distribución de productos.					
Control de almacén						
		1	2	3	4	5
11	Considera que existe una localización rápida de los productos en el almacén.					
12	Se realiza la comprobación periódica de los productos en Stock.					
13	Se hace una periódica verificación del estado de los productos que se tienen en almacén.					
14	Se evidencia la separación de productos por condición					
15	Se conocen las actividades para el adecuado control de los productos.					

Cuestionario de distribución de productos

Con el propósito de conocer la distribución de productos en la empresa Credivargas San Martín – Loreto 2021, para la cual se le pide responder con total sinceridad.

Tomando en cuenta:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5

N°	DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS					
Condiciones de entrega		1	2	3	4	5
1	Considera que se realiza la revisión de la integridad física del producto justo antes de que llega a manos del cliente					
2	Se realiza la revisión también de la operatividad y funcionalidad total del producto antes de entregarlo					
3	Antes de la entrega se supervisa que los productos tengan todos los accesorios o complementos respectivos.					
4	Se comprueba que el producto cuente con todos los requerimientos del cliente previos.					
5	Considera que hay una baja frecuencia de devoluciones por inconsistencias entre el producto entregado y la petición del cliente, ya sea, en la tienda física o virtual.					
6	Cree que en pocas ocasiones se ha regresado un producto ya vendido en la entrega del mismo al cliente.					
Despacho de productos		1	2	3	4	5
7	Se reportan todas las entregas en la tienda física a las áreas correspondientes.					
8	Se planifican el despacho de las ventas realizadas mediante la tienda virtual.					
9	Se elaboran la lista de pedidos a preparar para que el despacho se realice en el menor tiempo posible.					
10	El cliente en tienda o en la entrega en su casa revisa e indica que sus pedidos han sido entregados correctamente.					
11	El trabajador informa el tiempo de despacho tanto en las compras en tienda física como también de manera virtual.					
12	Considera que no es frecuente la demora o contratiempos en la entrega de los productos					

Anexo 4. Validación de instrumentos



INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

III. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Mg. Cinthya Torres Silva
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín
 Especialidad : Licenciada en administración
 Instrumento de evaluación : Cuestionario – Gestión de almacén.
 Autor (s) del instrumento (s) : Oscar Cárdenas Ríos,

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Gestión de almacén en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Gestión de almacén .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Gestión de almacén .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						48

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

V. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Valido y coherente.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

48

Tarapoto, 20 de enero de 2022


 Mg. Cinthya Torres Silva
 Colegiatura N° 079

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
VII. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Mg. Cinthya Torres Silva
 Institución donde labora : Universidad Nacional de San Martín
 Especialidad : Licenciada en administración
 Instrumento de evaluación : Cuestionario – Distribución de productos
 Autor (s) del instrumento (s) : Oscar Cárdenas Ríos,

VIII. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Distribución de productos en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Distribución de productos .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.				X	
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.				X	
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Distribución de productos .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						48

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

IX. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Valido y coherente.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

48

Tarapoto, 20 de enero de 2022



Mg. Cinthya Torres Silva
 Colegiatura N° 079

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
II. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Mg. Carlos Cotrina Trigozo
 Institución donde labora : Universidad Cesar Vallejo
 Especialidad : Metodólogo
 Instrumento de evaluación : Cuestionario – Gestión de almacén.
 Autor (s) del instrumento (s) : Oscar Cárdenas Ríos,

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Gestión de almacén en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Gestión de almacén .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Gestión de almacén .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						48

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

IV. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Cumple con los requisitos necesarios.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

48

Tarapoto, 15 de enero de 2022



Carlos Cotrina Trigozo
 Ing. Agroindustrial CIP. N° 76830
 Lic. Mg. en Educación CPPe. N° 0511379

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
IV. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Mg. Carlos Cotrina Trigozo
 Institución donde labora : Universidad Cesar Vallejo
 Especialidad : Metodólogo
 Instrumento de evaluación : Cuestionario – Distribución de productos
 Autor (s) del instrumento (s) : Oscar Cárdenas Ríos,

V. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Distribución de productos en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Distribución de productos .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.					X
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.				X	
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Distribución de productos .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.				X	
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						48

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

VI. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Cumple con los requisitos necesarios.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

48

Tarapoto, 15 de enero de 2022



Carlos Cotrina Trigozo
 Ing. Agroindustrial CIP. N° 76830
 Lic. Mg. en Educación CPPe. N° 0511079

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Mtro. Karla Patricia Martell Alfaro
 Institución donde labora : Universidad Cesar Vallejo
 Especialidad : Licenciada en administración
 Instrumento de evaluación : Cuestionario – Gestión de almacén.
 Autor (s) del instrumento (s) : Oscar Cárdenas Ríos,

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Gestión de almacén en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Gestión de almacén .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Gestión de almacén .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						49

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Valido para ser aplicado.

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

49

Tarapoto, 15 de enero de 2022



Lic. Adm. Mg. Karla Patricia Martell Alfaro
 CLAD N° 9119

INFORME DE OPINIÓN SOBRE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA
I. DATOS GENERALES

Apellidos y nombres del experto: Mtro. Karla Patricia Martell Alfaro
 Institución donde labora : Universidad Cesar Vallejo
 Especialidad : Licenciada en administración
 Instrumento de evaluación : Cuestionario – Distribución de productos
 Autor (s) del instrumento (s) : Oscar Cárdenas Ríos,

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

MUY DEFICIENTE (1) DEFICIENTE (2) ACEPTABLE (3) BUENA (4) EXCELENTE (5)

CRITERIOS	INDICADORES	1	2	3	4	5
CLARIDAD	Los ítems están redactados con lenguaje apropiado y libre de ambigüedades acorde con los sujetos muestrales.					X
OBJETIVIDAD	Las instrucciones y los ítems del instrumento permiten recoger la información objetiva sobre la variable: Distribución de productos en todas sus dimensiones en indicadores conceptuales y operacionales.					X
ACTUALIDAD	El instrumento demuestra vigencia acorde con el conocimiento científico, tecnológico, innovación y legal inherente a la variable: Distribución de productos .					X
ORGANIZACIÓN	Los ítems del instrumento reflejan organicidad lógica entre la definición operacional y conceptual respecto a la variable, de manera que permiten hacer inferencias en función a las hipótesis, problema y objetivos de la investigación.				X	
SUFICIENCIA	Los ítems del instrumento son suficientes en cantidad y calidad acorde con la variable, dimensiones e indicadores.					X
INTENCIONALIDAD	Los ítems del instrumento son coherentes con el tipo de investigación y responden a los objetivos, hipótesis y variable de estudio.					X
CONSISTENCIA	La información que se recoja a través de los ítems del instrumento, permitirá analizar, describir y explicar la realidad, motivo de la investigación.					X
COHERENCIA	Los ítems del instrumento expresan relación con los indicadores de cada dimensión de la variable Distribución de productos .					X
METODOLOGÍA	La relación entre la técnica y el instrumento propuestos responden al propósito de la investigación, desarrollo tecnológico e innovación.					X
PERTINENCIA	La redacción de los ítems concuerda con la escala valorativa del instrumento.					X
PUNTAJE TOTAL						49

(Nota: Tener en cuenta que el instrumento es válido cuando se tiene un puntaje mínimo de 41 "Excelente"; sin embargo, un puntaje menor al anterior se considera al instrumento no válido ni aplicable)

III. OPINIÓN DE APLICABILIDAD

Valido para ser aplicado

PROMEDIO DE VALORACIÓN:

49

Tarapoto, 15 de enero de 2022



Lic. Adm. Mg. Karla Patricia Martell Alfaro
 CLAD N° 0119