



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**ESCUELA DE POSGRADO**  
**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA**  
**EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

Gestión de almacenes y comercialización en la empresa LFR Trading  
S.A.C - 2022

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:**

Maestra en Administración de Negocios - MBA

**AUTORA:**

Reátegui Trigozo, Mónica (orcid.org/0009-0000-7829-3331)

**ASESORES:**

Mg. Encomenderos Bancallán, Ivo Martin (orcid.org/0000-0001-5490-0547)

Mg. Escobedo Bustamante, Abigail Elizabeth (orcid.org/0000-0003-2904-8246)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gerencias Funcionales

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**TARAPOTO – PERÚ**

**2023**

## **Dedicatoria**

A Dios, a mis padres, que me brindaron su apoyo, palabras de motivación y ejemplo de superación para cumplir siempre lo que me proponga.

**Mónica**

## Agradecimiento

A Dios, por ser mi guía, a mi familia, que de una u otra forma se hicieron partícipes de este gran logro.

La autora

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenido .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de figura.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
<b>I. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>1</b>
<b>II. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>4</b>
<b>III. METODOLOGÍA.....</b>	<b>12</b>
<b>3.1. Tipo y Diseño de Investigación.....</b>	<b>12</b>
<b>3.2. Variables y operacionalización .....</b>	<b>13</b>
<b>3.3. Población (criterios de selección), muestra y muestreo, unidad de análisis.....</b>	<b>13</b>
<b>3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos .....</b>	<b>14</b>
<b>3.5. Procedimientos .....</b>	<b>16</b>
<b>3.6. Método de análisis de datos .....</b>	<b>16</b>
<b>3.7. Aspectos éticos.....</b>	<b>16</b>
<b>IV. RESULTADOS .....</b>	<b>18</b>
<b>V. DISCUSIÓN .....</b>	<b>24</b>
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>30</b>
<b>VII. RECOMENDACIONES.....</b>	<b>31</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>32</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>40</b>

## Índice de tablas

Tabla 1. Nivel de la gestión de almacenes .....	18
Tabla 2. Nivel de comercialización .....	19
Tabla 3. Prueba de normalidad .....	20
Tabla 4. Relación entre las dimensiones de la gestión de almacenes y la comercialización .....	21
Tabla 5. Relación entre la gestión de almacenes y la comercialización .....	22

## Índice de figura

Figura 1. Gráfico de dispersión entre gestión comercial y el posicionamiento. .....	23
----------------------------------------------------------------------------------------	----

## Resumen

La investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022. La investigación tipo básica, diseño no experimental, cuya población fue de 600 reportes de comercialización de 50 productos y la muestra fue de 113 reportes. La técnica de recolección fue el análisis documental y como instrumento la guía de análisis documental. Los resultados determinaron que el nivel de la gestión de almacenes es evaluado como 90% bueno, 10% regular y 0% malo; y el nivel de comercialización es evaluada como 92% alto, 8 % medio y 0% alto. Concluyendo que existe relación entre la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC – 2022, ya que el valor del coeficiente de relación Rho de Spearman fue de 0.462 (correlación positiva moderado) y una significancia de 0.000 menor a 0.01, indicando que, a mejor desarrollo de la gestión de almacenes, mejor será la comercialización.

**Palabras clave:** gestión, comercialización, inventario

## **Abstract**

The objective of the investigation was to determine the relationship between warehouse management and commercialization in the company LFR Trading SAC - 2022. The basic type investigation, non-experimental design, whose population was 600 commercialization reports of 50 products and the sample was 113 marketing reports for 50 products. The collection technique was documentary analysis and the documentary analysis guide as an instrument. The results determined that the level of warehouse management is evaluated as 90% good; 10% regular and 0% bad, and the level of commercialization is evaluated as 92% high; 8% medium and 0% high. Concluding that there is a relationship between warehouse management and marketing in the company LFR Trading SAC - 2022, since the value of Spearman's Rho relationship coefficient was 0.462 (moderate positive correlation) and a significance of 0.000 less than 0.01, indicating that, the better development of warehouse management, the better the marketing.

**Keywords:** management, marketing, inventory

## **I. INTRODUCCIÓN**

La realización de actividades orientadas hacia la comercialización de productos agrícolas, es un amplio proceso que implica la aplicación de procedimientos como la planeación para determinar la cantidad productiva, la forma de cultivo, la realización de la cosecha, hasta la distribución y venta de los mismos. En ese sentido, Álvarez et al. (2020), enfatizan que la comercialización de los productos agrícolas es versátil y competitivo, por ende, necesita desarrollarse bajo un enfoque de eficiencia y competitividad donde el productor sea el principal beneficiario. Sin embargo, en las empresas comercializadoras de productos agrícolas, existen diversas contingencias, siendo una de ellas los planes de venta y el bajo nivel de calidad; que genera la reducción de las utilidades. A ello se suma, el alto nivel de competencias que hace que muchos de los productos de marca propia de las empresas pasen hacer una segunda opción, y se tenga almacenado grandes cantidades, siendo pérdidas económicas para las empresas. (Rizo et al., 2018)

A nivel nacional, Larrea et al. (2018), mencionan que, en el rubro de la comercialización de fertilizantes, las empresas se enfrentan a limitantes como la falta de actividades estratégicas para realizar una gestión comercial eficiente adecuada a cada una de las necesidades para la realización de las ventas de cada uno de los productos cosechados por campaña, teniendo en cuenta que esto es la base fundamental de la rentabilidad para la permanencia. No obstante, Barrientos (2018) enfatiza que, el desempeño de las empresas para realizar una gestión comercial adecuada, se ve afectada debido a la poca aplicación tecnológica para disminuir los costos en la producción de sus propios productos, las capacitaciones para los colaboradores son deficientes, los productores no pueden acceder a productos financieros que ayuden a mejorar su capacidad productiva; además, no existe una cadena logística adecuada, sumado a ello que los agricultores ya prefieren productos predeterminados o seleccionados de marcas ya reconocidas, lo que genera que los productos propios sean almacenados con una baja rotación de ellos mismos.

LFR Trading SAC es una empresa peruana con competencias en agricultura que comercializa y formula productos e insumos para el sector agrario. Sin embargo, dicha empresa presenta serias deficiencias en cuanto a los procesos de comercialización. Esto se debe a que no posee un plan de ventas, lo cual ocasiona la pérdida de competitividad en el mercado donde desarrolla sus operaciones; además, la coloca en una situación de desventaja respecto a otras empresas que se ubican en el mismo sector. Por otro lado, se menciona que la empresa no cuenta con el recurso humano especializado suficiente para brindar una asistencia técnica y seguimiento oportuno a los productores, lo cual hace que experimente una fuga desmedida de los mismos. Aunado a esto, se destaca que la empresa no desarrolla un estudio de mercado para conocer las nuevas tendencias que surge en cuanto al uso de fertilizantes de parte de los agricultores por lo que presentan problemas de abastecimiento que posteriormente desencadena en menores utilidades.

Respecto a lo anterior, se formuló el **problema general**: ¿Cuál es la relación entre la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022? **Problemas específicos**: ¿Cuál es el grado de gestión de almacenes en la empresa LFR Trading SAC - 2022? ¿Cuál es el nivel de comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022? ¿Cuál es la relación entre las dimensiones de la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022?

El estudio se justificó por **conveniencia**, porque permitió corregir los errores que se generaron en cuanto a la gestión de almacenes y permitió reforzar las estrategias de comercialización para obtener el rendimiento trazado por la empresa. Seguidamente la **relevancia social**, permitió conocer a detalle la problemática y mejorar las relaciones comerciales con los clientes, ayudando a estos a mejorar sus niveles de producción de sus parcelas. En cuanto al **valor teórico**, sirvió para ampliar los conocimientos de los conceptos que presentaron la investigación; para ello se recurrió a fuentes indexadas con una antigüedad no mayor a cinco años. Respecto a las **implicancias prácticas**,

permitiendo integrar las actividades de gestión dentro de los almacenes, prevea futuras necesidades y sea más competitiva en el mercado. Además, permitió generar mayor crecimiento en el mercado y por ende obtener mayores utilidades. Finalmente, la **utilidad metodológica**, utilizó dos cuestionarios validados para recoger información de parte de la muestra, mismo que puede ser considerado en futuras investigaciones que albergue al menos uno de los temas tratados.

El **objetivo general**: Determinar la relación entre la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022.

**Objetivos específicos**: Identificar el grado de gestión de almacenes en la empresa LFR Trading SAC - 2022. Medir el nivel de comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022. Estimar la relación entre las dimensiones de la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022.

La **hipótesis general**: Existe relación significativa entre la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022.

**Hipótesis específicas**: El grado de gestión de almacenes en la empresa LFR Trading SAC - 2022, es bueno. El nivel de comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022, es alto. Existe relación significativa entre las dimensiones de la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022.

## II. MARCO TEÓRICO

En lo relacionado a los trabajos anteriores, se citó a Uzcátegui et al (2021), Calderón et al (2022) y Calero et al. (2020), concluyeron que, ha sido posible la observación del funcionamiento de los almacenes que posee la empresa, lo cual ha llevado a determinar de que esta no se desarrolla de forma adecuada, debido a que los colaboradores encargados no cuentan con las herramientas y el espacio correspondiente para desarrollar sus actividades y garantizar la preservación de cada uno de los productos almacenados; además, las actividades no son suficientes debido a la amplia envergadura de productos que se encuentran en estado. Estos problemas se ven reflejados en todas las empresas debido a que no se realizan las capacitaciones para que el personal pueda tener un adecuado proceso de almacenamiento de los productos. Asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia de cumplir a cabalidad las funciones en cuanto al almacenamiento de productos, para que la revisión sea más detallada y concurrente de cada uno de los productos. Por lo tanto, se puede decir que existe la necesidad de determinar un diagnóstico acertado sobre la problemática empresarial que conlleve a determinar las estrategias necesarias a utilizarse para generar mejores resultados.

Además, se citó a Saavedra et al. (2020), Serrano et al. (2022) y Segovia (2021), concluyeron que, aquellas empresas que cuentan con un capital limitado, son mucho más dependientes que las demás al respecto a la realización de las actividades de comercialización. Estos problemas se ven reflejados en todas las empresas debido a que la gran mayoría de estas no cuentan con recursos suficientes para que desarrollen adecuadas actividades de comercialización. Asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia de desarrollar procesos adecuados de comercialización para así incrementar el nivel de ventas y por ende tener mayores márgenes de ganancia. Por lo tanto, son las que deben invertir recursos necesarios para formular los procedimientos adecuados de comercialización para que se lleve de forma óptima.

De acuerdo a Steusloff et al. (2019), Szczykutowicz (2019), Endalew et al. (2020), concluyeron que la comercialización depende en gran medida de las actividades agrícolas del sector, por lo que dificulta los procedimientos de comercialización y venta ya que esta se realiza por estaciones o campaña. Estos problemas se reflejan en empresas agrícolas, ya que sus niveles de comercialización están programados en función a la calendarización de las campañas de sembríos de los cultivos; asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia de establecer estrategias de comercialización y ventas con el objetivo de poder adaptarse a los demás cultivos de estación. Por lo tanto, existe la necesidad de establecer una estrategia de comercialización y por ende incrementar sus márgenes de rentabilidad.

Además, se consideró a Arévalo (2021), Terrones (2021) y Villanueva (2022), concluyeron que, se corroboró que las variables se correlacionan. Es por ello que, estos problemas se ven reflejados en todas las empresas agrícolas, ya que sus niveles de comercialización están programados en función a la calendarización de las campañas de sembríos de los cultivos. Asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia de que, al fortalecerse la realización eficiente de las actividades para gestionar los almacenes, hará posible el mejoramiento de la comercialización. Por lo tanto, la asignación de productos a ubicaciones, la elección de productos son decisiones operativas importantes en los problemas internos de la empresa.

En lo concerniente las bases teóricas de la variable **gestión de almacenes**, se citó a Mora (2016), donde determinaron que es un proceso que engloba a las actividades realizadas dentro de las empresas para la organización adecuada de los materiales o productos que deben ser resguardados cuidadosamente para garantizar la calidad de los mismos hasta el momento de llevarlos hacia el usuario final o para usarlo dentro del proceso productivo. Por ello, se requiere de conocimientos adecuados por parte de los colaboradores para llevar a cabo las coordinaciones recurrentes que permita garantizar la gestión adecuada.

Para Campó (2020), se trata de una estrategia muy importante que ha sido introducida hacia las diversas organizaciones y empresas con la intención de fomentar su capacidad para en la preservación de sus productos, juntamente con la articulación de procedimientos detallados para el registro de cada uno de los ingresos y salidas; de modo que se disminuye las posibilidades de pérdida de los recursos durante el proceso productivo.

Según Castro y Fariño (2022), la finalidad de estas variables es llevar a cabo la integración de los elementos que hagan posible la optimización de las funciones logísticas en cada una de las etapas, dentro de las cuales se estipula la realización de un abastecimiento anticipado para el funcionamiento organizacional. Además, se considera la realización de las actividades para la distribución física deficiente, de modo que se garantice la operatividad de la organización en todo momento, es decir, la responsabilidad de los gestores de esta área son los encargados de administrar los materiales necesarios para la producción constante.

De acuerdo a Prasad et al. (2021), indica que, la clase de sistemas considerada abarca dos tipos de nodos: nodos controlados sujetos a decisiones de gestión de inventario y fuentes que proporcionan bienes al sistema para mantener las ventas. El stock acumulado en los nodos controlados se utiliza para satisfacer una demanda exógena e incierta que puede colocarse en cualquier nodo controlado. Asimismo, Coutinho et al. (2021), deducen que, la alta pérdida postcosecha es un problema grande experimentado por los agricultores en países africanos en sus esfuerzos por lograr la seguridad alimentaria y nutricional. Se han desarrollado e introducido a los agricultores varias técnicas postcosecha para disminuir la pérdida de los productos.

Según, Kefale y Yazie (2021), el almacenamiento es una combinación de logística, datos y finanzas que actúan como una estación de transferencia que conecta la producción, el suministro y las ventas. En el complejo entorno logístico de preparación de pedidos, la correlación entre las mercancías se

obtiene mediante el cálculo de bordes y los objetos en un almacén se identifican en función de una red neuronal. Asimismo, Song y Mu (2021), el stock se repone desde las fuentes y otros nodos controlados, y el flujo de mercancías avanza con un retraso de tiempo de entrega positivo.

Según Ma y Yu (2022), indican que, teniendo en cuenta el efecto de la programación de la operación del almacén y la asignación de salida de lotes en la asignación de ubicación, se establece un modelo de optimización con el tiempo de salida más corto de todos los pedidos de salida en un período histórico determinado. En tanto, Zhou et al. (2020), mencionan que, el diseño del almacén es un factor importante que determina la eficiencia operativa del centro de distribución y tiene una influencia importante en la recolección de pedidos y la distancia de recolección. De acuerdo a Bidzakin et al. (2020), las funciones del sistema automatizado de almacenamiento/recuperación incluyen la recepción, el almacenamiento y el cumplimiento de pedidos.

De acuerdo a Lei et al. (2020), como parte de los procedimientos estratégicos de los almacenes, se encuentra el modelo de recuperación basado en lanzadera de nivel a nivel, el cual permite optimizar los procedimientos y las etapas que son empleadas para la identificación sobre la ubicación de las mercancías. Asimismo, Ignaciuk (2019), determinaron que las pérdidas dentro de los almacenes es un problema frecuente que hasta la actualidad no ha podido ser solucionada, dentro del cual, aquellas empresas de amplia envergadura son las que más sufren con esta problemática, al no contar con los sistemas automatizados adecuados, por lo que se requiere la incorporación de la tecnología para mejorar el desempeño.

Las dimensiones son expuestas por Mora (2016), las cuales son las compras y abastecimiento, la forma en cómo está rindiendo la inversión realizada o el nivel de compras y abastecimiento. Permite la realización de las actividades para la adquisición de los productos necesarios y al mismo tiempo realizar la entrega respectiva hacia las áreas internas para propiciar su funcionamiento cotidiano sin dificultades, en consecuencia, es necesario contar con

proveedores calificados. Además, Manosalvas et al. (2020), definen que, los errores al momento de realizar las compras en cuanto a la adquisición de una cantidad menor o superior a las necesidades, no solamente genera la sobrecarga dentro de los almacenes, sino que también interfiere en el funcionamiento organizacional. En tanto, González (2020), los inventarios deben ser gestionados por colaboradores calificados para que las empresas tengan la actualización constante del registro sobre los ingresos y la salida de productos juntamente con la cadena de valor asociada a ella.

Seguidamente se tiene a los inventarios, es un procedimiento y al mismo tiempo un documento que permite registrar la información sobre las existencias y con las que cuentan las organizaciones dentro de los almacenes, cumple una labor fundamental debido a que permite conocer de forma exacta rotación de las adquisiciones. Además, Sánchez et al. (2021), las organizaciones necesitan determinar los modelos adecuados de los inventarios manejados internamente, de modo que estos permitan registrar adecuadamente los productos para garantizar su monitoreo permanente y la entrega a hacia las áreas solicitantes. Manrique et al. (2019), establecieron que los pedidos y la preparación de los mismos, juntamente con la conservación y el agotamiento de las existencias es una función específica del gestor de inventarios. (p. 136-137)

Finalmente, se tiene a los centros de distribución y almacenes. Es uno de los procedimientos representativos del proceso que determina la mayor cantidad de los costos realizados por parte de las organizaciones para distribuir y almacenar sus productos, para lo cual es necesario contar con un espacio propio o arrendarlo para hacer posible la conservación correspondiente. Además, Zapata et al. (2020), muchas empresas han determinado la adquisición de los vehículos necesarios para la distribución respectiva como parte de la optimización de recursos. Asimismo, Samá et al. (2022), la elección de la modalidad y la integración de los recursos para la realización del transporte depende específicamente de la envergadura organizacional y la posibilidad de contar con los implementos para reducir los costos. (p. 138)

La variable **comercialización**, según Iglesias (2012), es el resultado de diversas actividades cohesionadas que forman un sistema integrado para hacer posible la venta de un producto, de modo que este pueda ser trasladado desde su lugar de producción hasta el consumidor final, por lo que incluye actividades de distribución (p. 38). En tanto, Tello et al. (2020), sostiene que es un proceso fundamental dentro del ciclo productivo debido a que permite a las empresas o personas productoras generar los ingresos necesarios para sustentar la rentabilidad, debida que hace posible la conexión entre el productor y el cliente final. (p. 17)

A vista de Aguilar et al. (2021), existen modalidades para realizar las actividades de comercialización por parte de las personas y empresas, sin embargo, estas están determinadas de acuerdo al canal utilizado para su realización, dentro de las cuales se encuentra al canal directo, el cual permite la realización de las ventas por parte de la planta productora hacia el consumidor final sin la necesidad de intermediarios. Por otro lado, se encuentra el canal complejo, la cual involucra diversas actividades como el almacenamiento, la negociación con los mayoristas, entre otros participantes para propiciar la llegada de producto hacia el cliente final; también se encuentra el canal múltiple, el cual permite la incorporación de estrategias como la comercialización a través de redes, la misma que involucra a actividades de importación y exportación. (p. 49)

De acuerdo a Camacho et al. (2019), el gobierno etíope se ha centrado en aumentar el uso de fertilizantes orgánicos para mejorar esto y el crecimiento económico general. Asimismo, Rosales y Arantes (2019), las limitaciones para la adquisición de fertilizantes orgánicos se investigaron utilizando un modelo probit, además de las características de los agricultores, como el contacto de extensión. Según Schillberg et al. (2019), se debe alentar a los agricultores a utilizar los productos de acuerdo al tipo de cultivo, por ende, las empresas deben establecer mejores estrategias de comercialización para poder así captar mayor amplitud de mercado. En tanto, Bidzakin et al. (2023), factores como la pérdida de los suelos para la producción agrícola son los dos

problemas o cuellos de botella más importantes para la productividad agrícola y el progreso económico. De acuerdo con los hallazgos de la investigación, los principales impulsores de la variabilidad climática fueron las variaciones en el rendimiento de los cultivos, y las enfermedades de los cultivos.

De acuerdo a Barczak et al. (2019), la comercialización en la agricultura se refiere al cambio progresivo de la producción doméstica para el consumo a la producción orientada al mercado. La comercialización agrícola genera mejoras en el bienestar de los agricultores a través de una ventaja comparativa y el incremento de la capacidad productiva por medio de la convergencia de los factores participantes. Asimismo, Głowacka et al. (2019), la comercialización agrícola también mejora el suministro de alimentos en las zonas urbanas, con efectos más amplios sobre el crecimiento y el bienestar.

Según Assefa (2022), que los agricultores comercializados tienen un mejor nivel de vida que los agricultores de subsistencia. Esto se debe a que los pequeños agricultores comercializados han utilizado sistemas de producción más avanzados que se basan en una ventaja comparativa. En consecuencia, se logra una mayor producción a través de economías de escala, interacción regular, exposición a nuevas ideas, mayor aprendizaje práctico y mejores incentivos en forma de altos ingresos, que por supuesto tienen ganancias de bienestar para los pequeños agricultores

Las dimensiones son expuestas por Iglesias (2012), las cuales son: nivel estratégico / financiero. Es una etapa importante en la cual se realiza el análisis de la comercialización para lograr la disponibilidad de cada uno de ellos en el momento adecuado, dentro del cual se encuentra la determinación de los almacenes, la locación y los planes de inversión. Además, Valle (2020), permite la adaptación de procedimientos estratégicos de acuerdo a las necesidades de la organización para poder establecer aquellos recursos financieros que ayuden a cumplir con el proceso de comercialización de forma eficiente, teniendo en cuenta que es necesario la incorporación de materiales para garantizar su funcionamiento.

Respecto al nivel organización interna / servicio al cliente. Engloba a las prácticas de marketing y estrategias de venta para lograr que la empresa cuente con la capacidad necesaria a nivel operativo para hacer posible la distribución respectiva de los recursos, de modo que se pueda cumplir con las necesidades de cada uno de los clientes de forma adecuada. Además, Silva et al. (2021), determinaron que crea la posibilidad de fomentar una estrategia competitiva a través del fortalecimiento interno para propiciar la satisfacción del cliente. Asimismo, Steusloff et al. (2019), facilita ser más competitivas de acuerdo a las exigencias y las actualizaciones dentro del mercado para ser congruentes con los requerimientos del público.

Finalmente, nivel operación almacén, es la última etapa que se desarrolla con la finalidad de gestionar adecuadamente el almacén. Tomando en cuenta las diversas características de los productos y los tipos de almacenes disponibles dentro de la empresa, para que los entregados les sean almacenados de forma adecuada, características tangibles e intangibles para garantizar su integridad hasta el momento de su disposición final. Asimismo, Barczak et al. (2019), a grandes rasgos, las operaciones se aglutinan en los siguientes grupos: Recepción. Almacenaje. Asimismo, Camacho et al. (2019), posibilita la integración de los recursos necesario no solamente para el funcionamiento interno, sino también para acrecentar las posibilidades de monitorear la calidad de los productos que serán puestos a disposición del cliente.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y Diseño de Investigación

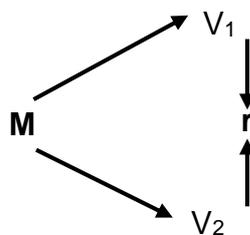
##### 3.1.1. Tipo de investigación

Fue básica, porque pretendió la obtención de nuevos conocimientos que fueron puestos a disposición de los investigadores para ampliar la información referente al tema. (Sánchez et al 2018)

##### 3.1.2. Diseño de investigación

No experimental, según Calderón et al. (2007), permitió abordar la obtención de datos sin establecer la necesidad de modificar el comportamiento de las variables de forma cuidadosa en el propio ambiente donde estas interactúan. Nivel correlacional, porque estuvo enfocada en determinar los valores estadísticos que permitió interpretar el índice de relación entre variables para comprobar las determinaciones a priori, y es de corte transversal, ya que solamente tomaron la recopilación de los datos en un momento dado para expresar la realidad de ese entonces. (Calderón et al, 2007)

Esquema:



Donde:

M = Muestra

V1 = Gestión de almacenes

V2 = Comercialización

r = Relación entre variables de relación de estudio

### **3.2. Variables y operacionalización**

Las variables de la investigación son las siguientes:

**Variable 1:** Gestión de almacenes

**Variable 2:** Comercialización

La operacionalización se detalla en el anexo 1.

### **3.3. Población (criterios de selección), muestra y muestreo, unidad de análisis**

#### **3.3.1. Población**

Según Ventura (2017), fue catalogada como la conformación de un objeto de estudio mediante una cantidad abierta de elementos que pudieron ser o no contabilizados siempre y cuando pertenezcan al grupo.

La población estuvo conformada por 600 reportes de comercialización de 50 productos.

**Criterios de inclusión:** Se incluyó reportes solo del 2022, reportes de 12 meses consecutivos.

**Criterios de exclusión:** Se excluyó a información del 2021 y 2023 y reportes de productos que no son parte de la empresa.

#### **3.3.2. Muestra**

De acuerdo a Ventura (2017), pudo ser una cantidad reducida o la misma que la población, la cual varía por diversos motivos que pudieran vincular a las intenciones de la realización del estudio y la amplitud de poblacional.

La muestra estuvo conformada por 113 reportes de comercialización de 50 productos.

### **3.3.3. Muestreo**

Fue probabilístico aleatorio simple, por emplear la misma probabilidad para todos los elementos. Para Otzen y Manterola (2017), facilita la elección muestral en base a la probabilidad por medio de una fórmula estandarizada.

### **3.3.4. Unidad de análisis**

Un reporte de comercialización de la empresa LFR Trading SAC.

## **3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos**

Se determinó utilizar como técnica el análisis documental; según Sánchez et al. (2018), facilitó el registro de los datos necesarios para el procesamiento que conlleve a obtener resultados por medio de una guía documental.

### **Instrumentos**

La gestión de almacenes fue medida mediante una guía de análisis documental, estructurado de acuerdo a sus dimensiones de la variable, para luego analizarla en niveles: La escala fue la ordinal: malo = 1, regular = 2, bueno = 3, la variable se midió en tres niveles: Buena (0 - 33), regular (34 - 66) y mala (67 - 100).

La comercialización fue medida mediante una guía de análisis documental, estructurado de acuerdo a sus dimensiones de la variable, para luego analizarla en niveles: La escala fue la ordinal: bajo = 1, medio = 2, alto = 3, la variable se midió en tres niveles: Bajo (0 - 33), Medio (34 - 66) y Alto (67 - 100).

### **Validez**

Se realizó la constatación de la validez por medio de la evaluación de cada uno de los cuestionarios a cargo de CINCO profesionales expertos, los cuales emitieron su juicio respectivo después del análisis detallado. Los expertos seleccionados emitieron las siguientes opiniones:

Variable	Especialidad	Puntaje	Opinión
Gestión de almacenes	Metodólogo	3.93	Aplicable
	Metodólogo	3.59	Aplicable
	Especialista	3.93	Aplicable
	Especialista	4	Aplicable
	Especialista	4	Aplicable
Comercialización	Metodólogo	3.9	Aplicable
	Metodólogo	3.7	Aplicable
	Especialista	4	Aplicable
	Especialista	4	Aplicable
	Especialista	4	Aplicable

*Fuente:* Fichas de validación del juicio de expertos

El criterio establecido para la V de Aiken es  $V > 0.80$ , al procesar los datos brindados por los expertos para el instrumento sobre gestión de almacenes se obtuvo un valor de 0.96. Con respecto al instrumento de comercialización, se obtuvo un resultado de 0.97. Por tanto, los instrumentos se consideran válidos para la investigación.

### **Confiabilidad**

Será realizado por medio de la comprobación del alfa de Cronbach cuyo resultado debe de estar en 0.7 como base y máximo en 1 para el cual se utilizará al SPSS.

Variable	N° de ítems	Alpha de Cronbach
Gestión de almacenes	9	0.950
Comercialización	10	0.956

*Fuente:* Elaboración propia sobre la matriz de evaluación de expertos

Para la gestión de almacenes da como resultado 0,950, la confiabilidad de comercialización fue 0,956 por encima de 0,70 estos resultan significativos; evidenciando una fiabilidad fuerte.

### **3.5. Procedimientos**

Se partió con la definición del problema, a continuación, el establecimiento del problema y se llevó a cabo la indagación respectiva para incorporar la información teórica necesaria que ayudó a brindar mayor realce sobre el conocimiento del tema. Se extendió la solicitud y posterior aprobación para aplicar los cuestionarios y obtener la data que permitió dar lugar a al análisis estadístico por medio del SPSS V.25. Datos que arrojaron los resultados para su interpretación y posterior discusión para cerrar con la determinación de conclusiones y recomendaciones.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Se empleó el análisis descriptivo para la determinación de los niveles por medio del Excel; también se empleó el análisis inferencial para el establecimiento de las correlaciones a través del coeficiente Rho de Spearman que fue estipulado por la interpretación de Shapiro-Wilk resultando  $p = 0.006$  y  $0.006$ , siendo las variables con significancia menor a 0.05, considerando una distribución no normal.

### **3.7. Aspectos éticos**

Se detalló los siguientes: **Beneficencia**, porque estuvo orientada específicamente a analizar de forma detallada del problema y establecer soluciones viables que pueden beneficiar al mejoramiento de las condiciones observadas. **No maleficencia**, ya que no se orientó hacia la generación de resultados negativos o conflictivos que pudieran causar interferencias en el funcionamiento de la organización. **Autonomía**, dejando constancia que el investigador tuvo la libertad absoluta para determinar el tema a estudiar. Principio de Integridad científica, la cual esclareció que, el proceso se ha desarrollado con la única finalidad de

satisfacer necesidades académicas. **Justicia**, porque en todo momento se expresó una predisposición para que los participantes pudieran desarrollarse de forma justa bajo el cumplimiento del respeto.

## IV. RESULTADOS

### 4.1. Nivel de la gestión de almacenes en la empresa LFR Trading S.A.C - 2022.

**Tabla 1**

*Nivel de la gestión de almacenes*

Niveles	Rangos	f	%
Bueno	0 -33	45	90
Regular	34 -66	5	10
Malo	67 - 100	0	0
Total		50	100

**Fuente:** Cuestionario aplicado a productos de la empresa LFR Trading S.A.C - 2022.

#### **Interpretación**

La gestión de almacenes es evaluada como 90% bueno, 10% regular y 0% malo. Asimismo, en la investigación nos planteamos como hipótesis específica la siguiente:

**H<sub>1</sub>:** El grado de gestión de almacenes en la empresa LFR Trading SAC - 2022, es bueno.

Dado los resultados, se acepta la hipótesis descriptiva planteada.

## 4.2. Nivel de comercialización en la empresa LFR Trading S.A.C - 2022

**Tabla 2**

*Nivel de comercialización*

Niveles	rangos	f	%
Bajo	0 -33	0	0
Medio	34 -66	4	8
Alto	67 - 100	46	92
Total		50	100

**Fuente:** Cuestionario aplicado a productos de la empresa LFR Trading S.A.C - 2022.

### **Interpretación**

La comercialización es evaluada como 92% alto, 8 % medio y 0% bajo. Asimismo, en la investigación nos planteamos como hipótesis específica la siguiente:

**H<sub>2</sub>:** El nivel de comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022, es alto.

Dado los resultados, se acepta la hipótesis descriptiva planteada.

#### 4.3. Relación entre las dimensiones de la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022

**Tabla 3**

*Prueba de normalidad*

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	GI	Sig.
Gestión de almacenes	,932	50	,006
Comercialización	,932	50	,006

**Fuente:** Datos obtenidos del SPSS V.25

#### **Interpretación**

La prueba de normalidad se desarrolló por medio de Shapiro-Wilk por trabajar con una muestra de 50, resultando  $p = 0.006$  y  $0.006$ ; siendo las variables con significancia menor a 0.05. En consecuencia, es una distribución no normal, facilitando el uso de la rho de spearman para las correlaciones.

**Tabla 4***Relación entre las dimensiones de la gestión de almacenes y la comercialización*

		Compras y abastecimiento	Inventarios	Centros de distribución y almacenes	Comercialización	
Rho de Spearman	Compras y abastecimiento	Coeficiente de correlación	1	,625**	,345**	,370**
		Sig. (bilateral)	.	0	0,014	0,008
		N	50	50	50	50
	Inventarios	Coeficiente de correlación	,625**	1	,728**	,285**
		Sig. (bilateral)	0	.	0	0,005
		N	50	50	50	50
	Centros de distribución y almacenes	Coeficiente de correlación	,345**	,728**	1	,351**
		Sig. (bilateral)	0,014	0	.	0,000
		N	50	50	50	50
	Comercialización	Coeficiente de correlación	,370**	,285**	-,351**	1
		Sig. (bilateral)	0,008	0,045	0,012	.
		N	50	50	50	50

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

**Fuente:** Datos obtenidos del SPSS V.25

## Interpretación

Existe relación positiva significativa entre las dimensiones de la gestión de almacenes y la comercialización, debido a que el Rho Spearman fue 0.370, 0.285, 0.351, (positiva baja) y un p-valor de 0,008; 0,005 y 0.000, permitiendo aceptar la hipótesis de investigación.

### 4.4. Relación entre la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC – 2022

**Tabla 5**

*Relación entre la gestión de almacenes y la comercialización*

			Gestión de almacenes	Comercialización
Rho de Spearman	Gestión de almacene s	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1  50	,462**  50
	Comercia lización	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	,462**  ,000 50	1  50

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

**Fuente:** Datos obtenidos del SPSS V.25

En la investigación se plantearon las siguientes hipótesis:

**H<sub>i</sub>** . Existe relación entre la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC – 2022.

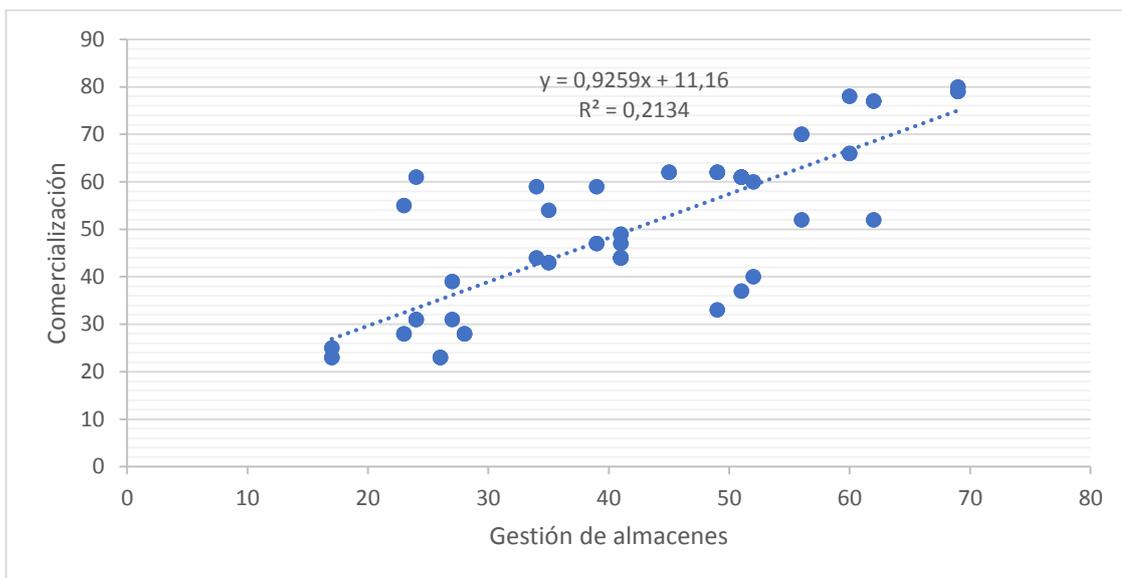
**H<sub>o</sub>** .No existe relación entre la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC – 2022.

Los resultados de la investigación arrojaron un valor del coeficiente de relación Rho de spearman de 0.462 equivalente a una correlación positiva moderada. Al mismo tiempo los resultados indican que la investigación es significativa en nivel de 0.01. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se establece que si existe relación entre las variables.

Asimismo, se calculó el coeficiente de determinación ( $R^2$ ) cuyo valor es de 0.2134, esto indica que el 21.34 % de variabilidad de la comercialización en la empresa es explicada por la gestión de almacenes. Este coeficiente se representa en la siguiente figura:

**Figura 1**

*Gráfico de dispersión entre gestión de almacenes y comercialización*



**Fuente:** Elaboración propia a partir de las puntuaciones de la base de datos.

## V. DISCUSIÓN

Se pasó a la comparación respectiva considerando que el grado de gestión de almacenes en la empresa LFR Trading SAC - 2022, es bueno en 90%. Los resultados evidencian que existe una alta rotación de algunos productos en particular, ya que se almacena por periodos cortos debido a la demanda de los mismos en ciertos periodos de los diferentes cultivos, sin embargo, existe productos con tiempos de almacenaje más prolongados. Estos resultados discrepan con Uzcátegui et al. (2021), Calderón et al. (2022) y Calero et al. (2020), quienes manifiestan que, ha sido posible la observación del funcionamiento de los almacenes que posee la empresa, lo cual ha llevado a determinar de que esta no se desarrolla de forma adecuada. En cuanto, los colaboradores encargados no cuentan con las herramientas y el espacio correspondiente para desarrollar sus actividades y garantizar la preservación de cada uno de los productos almacenados, las actividades no son suficientes debido a la amplia envergadura de productos que se encuentran en mal estado. Estos problemas se ven reflejados en todas las empresas debido a que no se realizan las capacitaciones para que el personal pueda tener un adecuado proceso de almacenamiento de los productos. Asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia de cumplir a cabalidad las funciones en cuanto al almacenamiento de productos, y la revisión sea más detallada y concurrente de cada uno de los productos. Por lo tanto, se puede decir que existe la necesidad de determinar un diagnóstico acertado sobre la problemática empresarial que conlleve a determinar las estrategias necesarias a utilizarse para generar mejores resultados. Además, Ma y Yu (2022), coinciden con los resultados obtenidos al indicar que, teniendo en cuenta el efecto de la programación de la operación del almacén y la asignación de salida de lotes en la asignación de ubicación, se establece un modelo de optimización con el tiempo de salida más corto de todos los pedidos de salida en un período histórico determinado.

Aunado a ello, Lei et al. (2020), mencionan que, como parte de los procedimientos estratégicos de los almacenes, se encuentra el modelo de recuperación basado en lanzadera de nivel a nivel, el cual permite optimizar

los procedimientos y las etapas que son empleadas para la identificación sobre la ubicación de las mercancías. Asimismo, Ignaciuk (2019), determinaron que las pérdidas dentro de los almacenes son un problema frecuente que hasta la actualidad no ha podido ser solucionada, principalmente, aquellas empresas de amplia envergadura son las que más sufren con esta problemática al no contar con los sistemas automatizados adecuados, por lo que se requiere la incorporación de la tecnología para mejorar el desempeño.

Asimismo, el nivel de comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022, es alto en 92%, debido a que la empresa vende productos solicitados o requeridos ya por el cliente; sin embargo, no se brinda una asistencia técnica y seguimiento oportuno a los productores. Dichos resultados guardan coincidencias con lo expuesto por Saavedra et al. (2020), Serrano et al. (2022) y Segovia (2021), quienes mencionan que estos problemas se ven reflejados en todas las empresas, debido a que la gran mayoría no cuentan con recursos suficientes para que desarrollen adecuadas actividades de comercialización. Asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia de desarrollar procesos adecuados de comercialización para así incrementar el nivel de ventas y por ende tener mayores márgenes de ganancia. Por lo tanto, son las que deben invertir recursos necesarios para formular los procedimientos adecuados de comercialización para que se lleve de forma óptima. A vista de Aguilar et al. (2021), deducen que, existen modalidades para realizar las actividades de comercialización por parte de las personas y empresas, sin embargo, estas están determinadas de acuerdo al canal utilizado para su realización. Uno de ellos es el canal directo, el cual permite la realización de las ventas por parte de la planta productora hacia el consumidor final sin la necesidad de intermediarios. Por otro lado, se encuentra el canal complejo, que involucra diversas actividades como el almacenamiento, la negociación con los mayoristas, entre otros participantes para propiciar la llegada de producto hacia el cliente final. Además, se encuentra el canal múltiple, el cual permite la incorporación de estrategias como la comercialización a través de

redes, la misma que involucra a actividades de importación y exportación. (p. 49)

Asimismo, Rosales y Arantes (2019), las limitaciones para la adquisición de fertilizantes orgánicos se deben a las características de los agricultores, como el contacto de extensión. Según Schillberg et al. (2019), se debe alentar a los agricultores a utilizar los productos de acuerdo al tipo de cultivo, por ende, las empresas deben establecer mejores estrategias de comercialización para poder así captar mayor amplitud de mercado. En tanto, Bidzakin et al. (2023), factores como la pérdida de los suelos para la producción agrícola son los dos problemas o cuellos de botella más importantes para la productividad agrícola y el progreso económico. De acuerdo con los hallazgos de la investigación, los principales impulsores de la variabilidad climática fueron las variaciones en el rendimiento de los cultivos, y las enfermedades de los cultivos.

En tanto, Barczak et al. (2019), la comercialización en la agricultura se refiere al cambio progresivo de la producción doméstica para el consumo a la producción orientada al mercado. La comercialización agrícola genera mejoras en el bienestar de los agricultores a través de una ventaja comparativa y el incremento de la capacidad productiva por medio de la convergencia de los factores participantes. Asimismo, Głowacka et al. (2019), la comercialización agrícola también mejora el suministro de alimentos en las zonas urbanas, con efectos más amplios sobre el crecimiento y el bienestar. También, Assefa (2022), indica que los agricultores comercializados tienen un mejor nivel de vida que los agricultores de subsistencia. Esto se debe a que los pequeños agricultores comercializados han utilizado sistemas de producción más avanzados que se basan en una ventaja comparativa. En consecuencia, se logra una mayor producción a través de economías de escala, interacción regular, exposición a nuevas ideas, mayor aprendizaje práctico y mejores incentivos en forma de altos ingresos, que por supuesto tienen ganancias de bienestar para los pequeños agricultores

Además, existe relación positiva significativa entre las dimensiones de la gestión de almacenes y la comercialización, debido a que el Rho Spearman fue 0.370, 0.285, 0.351, (correlación positiva baja) y un p-valor de 0,008; 0,045 y 0.000 indicando que, a mejor desarrollo de las dimensiones de la gestión de almacenes, mejor será la comercialización. Estos resultados concuerdan con Steusloff et al. (2019), Szczykutowicz (2019), Endalew et al. (2020), definen que la comercialización depende en gran medida de las actividades agrícolas del sector, por lo que dificulta los procedimientos de comercialización y venta ya que esta se realiza por estaciones o campaña. Estos problemas se reflejan en empresas agrícolas, ya que sus niveles de comercialización están programados en función a la calendarización de las campañas de sembríos de los cultivos. Asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia de establecer estrategias de comercialización y ventas con el objetivo de poder adaptarse a los demás cultivos de estación. Por lo tanto, existe la necesidad de establecer una estrategia de comercialización y por ende incrementar sus márgenes de rentabilidad. También, Kefale y Yazie (2021), el almacenamiento es una combinación de logística, datos y finanzas que actúan como una estación de transferencia que conecta la producción, el suministro y las ventas. En el complejo entorno logístico de preparación de pedidos, la correlación entre las mercancías se obtiene mediante el cálculo de bordes y los objetos en un almacén se identifican en función de una red neuronal. Asimismo, Song y Mu (2021), el stock se repone desde las fuentes y otros nodos controlados, y el flujo de mercancías avanza con un retraso de tiempo de entrega positivo.

Finalmente, existe relación entre la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC – 2022, ya que el valor del coeficiente de relación Rho de Spearman fue de 0.462 (correlación positiva moderado) y una significancia de 0.000 indicando que, a mejor desarrollo de la gestión de almacenes, mejor será la comercialización. Dichos resultados, refuerzan con lo expuesto por Arévalo (2021), Terrones (2021) y Villanueva (2022), deducen que, se corroboró que las variables se correlacionan. Es por ello que estos problemas se ven reflejados en todas las empresas agrícolas,

ya que sus niveles de comercialización están programados en función a la calendarización de las campañas de sembríos de los cultivos. Asimismo, el enfoque de los artículos aborda la importancia de que, al fortalecerse la realización eficiente de las actividades para gestionar los almacenes, hará posible el mejoramiento de la comercialización. Por lo tanto, la asignación de productos a ubicaciones, la elección de productos son decisiones operativas importantes en los problemas internos de la empresa. Además, Castro y Fariño (2022), la finalidad de esta variable es llevar a cabo la integración de los elementos que hagan posible la optimización de las funciones logísticas en cada una de las etapas. En ellas se estipula la realización de un abastecimiento anticipado para el funcionamiento organizacional, también considera la realización de las actividades para la distribución física deficiente; de modo que se garantice la operatividad de la organización en todo momento. En consecuencia, la responsabilidad de los gestores de esta área son los encargados de administrar los materiales necesarios para la producción constante. Asimismo, Prasad et al. (2021), indica que, la clase de sistemas considerada abarca dos tipos de nodos: nodos controlados sujetos a decisiones de gestión de inventario y fuentes que proporcionan bienes al sistema para mantener las ventas. El stock acumulado en los nodos controlados se utiliza para satisfacer una demanda exógena e incierta que puede colocarse en cualquier nodo controlado.

Asimismo, Iglesias (2012), deduce que, es el resultado de diversas actividades cohesionadas que forman un sistema integrado para hacer posible la venta de un producto, de modo que este pueda ser trasladado desde su lugar de producción hasta el consumidor final, por lo que incluye actividades de distribución (p. 38). Tello et al. (2020), definen que es un proceso fundamental dentro del ciclo productivo debido a que permite a las empresas o personas productoras generar los ingresos necesarios para sustentar la rentabilidad, haciendo posible la conexión entre el productor y el cliente final. Además, Mora (2016), menciona que, donde determinaron que es un proceso que engloba a las actividades realizadas dentro de las empresas para la organización adecuada de los materiales o productos que debe ser

resguardados cuidadosamente para garantizar la calidad de los mismos hasta el momento de llevarlos al usuario final o para usarlo dentro del proceso productivo. En ese sentido, se requiere de conocimientos adecuados por parte de los colaboradores para llevar a cabo las coordinaciones recurrentes que permita garantizar la gestión adecuada.

## VI. CONCLUSIONES

- 6.1. Existe relación entre la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC – 2022, ya que el valor del coeficiente de relación Rho de Spearman fue de 0.462 (correlación positiva moderado) y una significancia de 0.000, indicando que, a mejor desarrollo de la gestión de almacenes, mejor será la comercialización.
- 6.2. El grado de gestión de almacenes en la empresa LFR Trading SAC - 2022, es bueno en 90%. Los resultados evidencian que existe una alta rotación de algunos productos en particular, ya que se almacena por periodos cortos debido a la demanda de los mismos en ciertos periodos de los diferentes cultivos; sin embargo, existen productos con tiempos de almacenaje más prolongados.
- 6.3. El nivel de comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022, es alto en 92%, debido a que la empresa vende productos solicitados o requeridos ya por el cliente; sin embargo, no se brinda una asistencia técnica y seguimiento oportuno a los productores.
- 6.4. Existe relación positiva significativa entre las dimensiones de la gestión de almacenes y la comercialización, debido a que el Rho Spearman fue 0.370, 0.285, 0.351, (correlación positiva baja) y un p-valor de 0,008; 0,005 y 0.000 indicando que, a mejor desarrollo de las dimensiones de la gestión de almacenes, mejor será la comercialización.

## **VII. RECOMENDACIONES**

- 7.1. Al gerente general, debe contar con un plan de ventas para evitar la pérdida de competitividad en el mercado donde desarrolla sus operaciones, teniendo así una ventaja respecto a otras empresas que se ubican en el mismo sector.
- 7.2. Al gerente general debe brindar capacitaciones al personal que realiza trabajo de campo, con el fin de brindar una asistencia técnica y seguimiento oportuno a los productores, para así poder vender mayor número de productos de acuerdo a las necesidades que tiene cada agricultor.
- 7.3. Al gerente general debe desarrollar un estudio de mercado para conocer las nuevas tendencias que surge en cuanto al uso de fertilizantes de parte de los agricultores y así evitar problemas de abastecimiento que posteriormente desencadena en menores utilidades.
- 7.4. Al gerente general llevar a cabo la integración de los elementos que hagan posible la optimización de las funciones logísticas en cada una de las etapas. En ellas se estipula la realización de un abastecimiento anticipado para garantizar los recursos para el funcionamiento organizacional, también considera la realización de las actividades para la distribución física deficiente.

## REFERENCIAS

- Aguilar-Poaquiza, J., Avalos-Peñañiel, V. y Moncayo-Sánchez, Y. (2021). Comercio justo una opción estratégica para mejorar el sistema de comercialización agrícola. *Revista investigación y negocios*. <http://www.scielo.org.bo/pdf/riyn/v14n23/2521-2737-riyn-14-23-49.pdf>
- Álvarez-Acosta, R., Núñez-Guale, L., Calderón-Pineda, F. y Mendoza-Tarabó, E. (2020). Producción y comercialización de productos de curtiembre de piel de pescado, Santa Elena – Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*. <https://www.redalyc.org/journal/280/28065077026/28065077026.pdf>
- Andrea (2002). *Teoría de la administración de inventarios*. <https://www.gestiopolis.com/teoria-de-la-administracion-de-inventarios/>
- Arévalo, E. (2021). *Gestión de almacén y control de inventario de la Dirección Regional de Agricultura San Martín, 2020*. [tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo]. [https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57808/Ar%203%a9valo\\_TE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57808/Ar%203%a9valo_TE-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Assefa-Belete, A. (2022). Determinants of Organic Fertilizer Adoption in Moretna Jeru District, Northern Ethiopia. *Advances in Agriculture*. <https://doi.org/10.1155/2022/9983782>
- Atkinson y Shiffrin (2014). *Teorías de los dos almacenes y niveles de procesamiento*. <https://edukativos.com/apuntes/archives/486>
- Barczak, B., Jastrzębska, M., Kostrzewska, M. (2019). Biofortification of Spring Barley Grain with Microelements through Sulfur Fertilization. *Journal of Chemistry*. <https://doi.org/10.1155/2019/8214298>
- Barrientos- Felipa, P. (2018). La agricultura peruana y su capacidad de competir en el mercado internacional. *Revista Equidad y Desarrollo*. <https://ciencia.lasalle.edu.co/cgi/viewcontent.cgi?article=1274&context=eq>
- Bidzakin, J., Graves, A., Awunyo-Vitor, D., Yeboah, O. (2023). Utilization of Organic Fertilizer in Ghana: Implications for Crop Performance and

Commercialization. *Advances in Agriculture*.  
<https://doi.org/10.1155/2023/8540278>

Bidzakin, J., Yeboah, O., Sugri, I., Graves, A. (2022). Economics of Bulk Storage Techniques: Maize and Cowpea Storage in Ghana. *Mathematical Problems in Engineering*. <https://doi.org/10.1155/2022/8953918>

Calderón, J., Del Aguila, C., Alzamora, L., y La Rosa, L. (2007). *La investigación científica para la tesis de postgrado en Salud y áreas afines*. Perú. <https://docplayer.es/42883940-La-investigacion-cientifica-para-la-tesis-de-postgrado-en-salud-y-areas-afines.html>

Calderón-Medina, A., Naval-Carmona, E., Zúñiga-Castillo, A., y Vásquez-Campos, S. (2022). Propuesta de mejora de control de inventarios para la empresa Ferconor SAC. *Revista Visión Contable*. <http://publicaciones.unaula.edu.co/index.php/VisionContable/article/view/1378/1663>

Calero-Mayorga, D., Gamboa-Salinas, J. y Mancheno-Saá, M. (2020). Organización logística, diagnóstico competitivo en almacenes comerciales de la zona 3 del Ecuador. *Revista FIPCAEC*. <https://fipcaec.com/index.php/fipcaec/article/view/190/306>

Camacho, F., Macedo, A., Malcata, F. (2019). Potential Industrial Applications and Commercialization of Microalgae in the Functional Food and Feed Industries: A Short Review. *University of Porto, Rua Dr. Roberto Frias, s/n, 4200-465 Porto, Portugal*. <https://www.mdpi.com/1660-3397/17/6/312>

Campó- Quesquén, A. (2020). Gestión de almacén e inventarios para reducir los costos de inventarios en un almacén de productos terminados. *Revista de investigación multidisciplinar Ctscafe*. <https://ctscafe.pe/index.php/ctscafe/article/view/133/140>

Castro-Analuiza, J. y Salas-Fariño, C. (2022). La gestión de las mercancías desde una perspectiva de los inventarios en prendas de vestir. *Revista científica ecociencia*. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/650/411>

- Coutinho, M., Lacerd, L., Alves, S. (2021). Glycosaminoglycan Storage Disorders: A Review. *Biochemistry Research International*.  
<https://doi.org/10.1155/2012/471325>
- Endalew, B., Aynalem, M., Assefa, F., Ayalew, Z. (2020). Determinants of Wheat Commercialization among Smallholder Farmers in Debre Elias Woreda, Ethiopia. *Advances in Agriculture*. <https://doi.org/10.1155/2020/2195823>
- Głowacka, A., Gruszecki, T., Szostak, B., Michałek, S. (2019). The Response of Common Bean to Sulphur and Molybdenum Fertilization. *International Journal of Agronomy*. <https://doi.org/10.1155/2019/3830712>
- González, A. (2020). Un modelo de gestión de inventarios basado en estrategia competitiva. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*.  
[https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-33052020000100133&script=sci\\_arttext](https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-33052020000100133&script=sci_arttext)
- Iglesias, A. (2012). *Manual de Gestión de Almacén*.  
<https://logispyme.files.wordpress.com/2012/10/manual-de-gestic3b3n-de-almacc3a9n.pdf>
- Ignaciuk, P. (2019). Networked Base-Stock Inventory Control in Complex Distribution Systems. *Mathematical Problems in Engineering*.  
<https://doi.org/10.1155/2019/3754367>
- Kefale-Mekonen, T., Yazie-Wubetie, B. (2021). Determinants of the Use of Hermetic Storage Bags for Maize Storage among Smallholder Farmers in Northwest Ethiopia. *Advances in Agriculture*. <https://doi.org/10.1155/2021/6644039>
- Larrea-Castro, H., Ugaz-Goicochea, C. y Flórez-Flores, M. (2018). El sistema de agronegocios en el Peru: de la agricultura familiar al negocio agroalimentario. *Revista Mexicana de Agronegocios*.  
<https://www.redalyc.org/journal/141/14158242001/14158242001.pdf>
- Lei, B., Hu, F., Jiang, Zh., Mu, H. (2020). Optimization of Storage Location Assignment in Tier-To-Tier Shuttle-Based Storage and Retrieval Systems Based on Mixed Storage. *Mathematical Problems in Engineering*.  
<https://doi.org/10.1155/2020/2404515>

- López, W. (2002). *La teoría de restricciones y la función de comercialización*. <https://www.virtualpro.co/biblioteca/la-teoria-de-restricciones-y-la-funcion-de-comercializacion>
- Ma, Y., Yu, P. (2022). Research on Combined Frequency Regulation Control Method of Wind Storage with Storage System Optimized Intervals Considered. *Advanced Dynamics, Control and Management in Renewable Energy and Storage Systems 2021*. <https://doi.org/10.1155/2022/6872799>
- Manosalvas-Gómez, L., Baque-Villanueva, L., Peñafiel-Nivela, G. (2020). Estrategia de control interno para el área de inventarios en la empresa Ferricortez comercializadora de productos ferreteros en el cantón Santo Domingo. *Revista Universidad y Sociedad*. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000400288](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400288)
- Manrique-Nugent, M., Teves-Quispe, J., Taco-Llave, A. (2019). Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica. *Universidad Nacional Autónoma de Huanta, Perú*. <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051009/html/>
- Mora, L. (2016). *Gestión logística integral: Las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento* (2da ed.). <https://www.ecoediciones.mx/wp-content/uploads/2016/12/Gestion-logistica-integral-2da-Edici%C3%B3n.pdf>
- Nusemi (2012). *Teorías de comercialización*. <https://www.proz.com/kudoz/spanish-to-southamericanindianother/engineering-industrial/4799480-teorias-de-comercializacion.html>
- Prasad-Khanal, D., Pyakurel, U., Nath-Dhamala, T. (2021). Maximum Multicommodity Flow with Intermediate Storage. *Mathematical Problems in Engineering*. <https://doi.org/10.1155/2021/5063207>
- Rizo-Mustelier, M., Villa-Tabares, B., Vuelta-Lorenzo, D. y Vargas-Batis, B. (2018). Estrategias de comercialización para la gestión de ventas en el mercado agropecuario estatal ferreiro de santiago de cuba. *Revista Ciencia en su*

PC. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181353794007>

Rosales-Calderon, O., Arantes, V. (2019). A review on commercial-scale high-value products that can be produced alongside cellulosic ethanol. *Biotechnology for Biofuels*. <https://link.springer.com/article/10.1186/s13068-019-1529-1>

Saavedra- García, M., Demuner-Flores, M., Choy-Zevallos, E. (2020). Uso de las prácticas de comercialización de las PYME de la Ciudad de México y su relación con la competitividad. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*.

[http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1390-86182020000200283](http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182020000200283)

Samá-Muñoz, D., Ortega-Uncal, L., Valle-Duarte, O. (2022). La gestión de almacén: su análisis en Centro de Distribución de Medicamentos. *Universidad Agraria de La Habana, Cuba*. <https://www.redalyc.org/journal/1815/181571550006/html/>

Sánchez, H., Reyes, C., y Mejía, K. (2018). *Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística*. Perú. <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>

Sánchez-Suárez, Y., Pérez-Castañeira, J., Sangroni-Laguardia, N. (2021). Retos actuales de la logística y la cadena de suministro. *Ingeniería Industrial*. [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-59362021000100169](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362021000100169)

Schillberg, S., Raven, N., Spiegel, H., Holger Spiegel, S. (2019). Critical Analysis of the Commercial Potential of Plants for the Production of Recombinant Proteins. *Frontiers in Plant Science*. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpls.2019.00720/full>

Segovia-Olazábal, C. (2021). Gestión por Compromisos en el área de almacén de repuestos de una empresa concesionaria automotriz de Lima. *Industrial Data*. [http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1810-99932021000200121](http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1810-99932021000200121)

- Serrano-González, S., Santillan-Valdelamar, M., Dimas-Díaz, F. (2022). Aplicación de eventos kaizen para mejorar el control del almacén de munsas molinos s.a de c.v. *Revista Multidisciplinar*. [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i6.3684](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i6.3684)
- Serrato-Guana, A. (2019). Aproximaciones teóricas a la planeación estratégica y la contabilidad gerencial como elementos clave en la gestión de las pymes en Colombia. *Pensamiento & Gestión*. [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1657-62762019000100161](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1657-62762019000100161)
- Silva-Treviño, J., Macías-Hernández, B., Tello-Leal, E. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *CienciaUAT*. [https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-78582021000100085](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78582021000100085)
- Song, Y., Mu, H. (2021). Large-Scale Storage/Retrieval Requests Sorting Algorithm for Multi-I/O Depots Automated Storage/Retrieval Systems. *Discrete Dynamics in Nature and Society*. <https://doi.org/10.1155/2021/6646180>
- Steusloff, T., Singh, G., Nelson, K., Motavall, P. (2019). Enhanced Efficiency Liquid Nitrogen Fertilizer Management for Corn Production. *International Journal of Agronomy*. <https://doi.org/10.1155/2019/9879273>
- Szczykutowicz, J., Kałuża, A., Kaźmierowska-Niemczuk, M., Ferens-Sieczkowska, M. (2019). The Potential Role of Seminal Plasma in the Fertilization Outcomes. *BioMed Research International*. <https://doi.org/10.1155/2019/5397804>
- Tello-Saldaña, J., Nizama-Imán, M. y Huamán-Yovera, J. (2020). Impacto de los canales de comercialización online en tiempos del COVID-19. *INNOVA Research Journal*. <https://revistas.uide.edu.ec/index.php/innova/article/view/1531/1748>
- Terrones, A. (2021). *Gestión logística y control de inventarios en la empresa Estudia & Aprende S.A.C., Tarapoto – 2021*. [tesis de maestría, Universidad Cesar

Vallejo].

[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/67255/Terrones\\_HAY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/67255/Terrones_HAY-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Uzcátegui-Flores, T., Pernalete, J., Estanga, M. y Posada, D. (2021). Plan para la gestión de la rutina en el almacén de una distribuidora. *Revista Científica A.S.A*

<https://revistas.uclave.org/index.php/asa/article/download/3273/2021/3320>

Valle-Núñez, A. (2020). La planificación financiera una herramienta clave para el logro de los objetivos empresariales. *Revista Universidad y Sociedad*.  
[http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000300160](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300160)

Ventura-León, J. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista Cubana de Salud Pública*. 2017;43(3).  
<http://scielo.sld.cu/pdf/rcsp/v43n4/spu14417.pdf>

Villanueva, A. (2022). *Gestión de almacenes y productividad empresarial en una empresa constructora de la ciudad de Tarapoto, 2022*. [tesis de maestría, Universidad Cesar Vallejo].  
[https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/96450/Villanueva\\_PAT-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/96450/Villanueva_PAT-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Zapata-Cortes, J., Vélez-Bedoya, A., Arango-Serna, M. (2020). Mejora del proceso de distribución en una empresa de transporte. *Investigación administrativa*.  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2448-76782020000200008#aff1](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2448-76782020000200008#aff1)

Zhou, L., Wang, J., Wang, S., Cao, N. (2020). A Random Classified-Storage Picking Path Model for V-Type Storage Layout. *Collaborative Big Data Management and Analytics in Complex Systems with Edge*.  
<https://doi.org/10.1155/2020/8784910>

Zhu, R., An-lei, Zh., Guang-chao, W., Xin, X., Yaopan, Y. (2020). An Energy Storage Performance Improvement Model for Grid-Connected Wind-Solar Hybrid

Energy Storage System. *Computational Intelligence and Neuroscience*.  
<https://doi.org/10.1155/2020/8887227>

## **ANEXOS**

## MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Variable 1: Gestión de almacenes	De acuerdo a Mora (2016), es la disposición de procedimientos que se suman para agilizar la cadena de coordinaciones utilitarias, lo que permite una calidad inquebrantable de datos, un aumento del volumen accesible, una mejora en el cuidado de las actividades y el transporte de mercancías, la velocidad en los medios de transporte, y en consecuencia reduce los costos. (p. 75)	Es un conjunto de procesos que mejoran la logística de recepción y salidas de mercancía, la optimización de las operaciones de manipuleo y transporte de los productos, la rapidez de las entregas, entre otros. La variable fue medida a través de sus dimensiones e indicadores.	Compras y abastecimiento	Selección de proveedores	Ordinal
				Reaprovisionamiento continuo	
				Procedimientos de Selección	
			Inventarios	Ingresos al almacén	
				Control de existencias	
				Sistema de inventario ABC	
			Centros de distribución y almacenes	Almacenes en custodia	
				Distribución según necesidad del área usuaria	
				Distribución oportuna	
Variable 2: Comercialización	Según Iglesias (2012), es una serie de actividades que intervienen en el proceso por el cual un producto está disponible para el consumo, tales como compra, venta y distribución.	Es el conjunto de acciones y procedimientos para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. La variable fue medida a través de sus dimensiones e indicadores.	Nivel estratégico / financiero	características de la inversión	Ordinal
				estrategias	
				finanzas	
			Nivel organización interna / servicio al cliente	Marketing comercial	
				Índices de eficiencia	
				Competitividad	
			Nivel operaciones almacén	Ventaja competitiva	
				características físicas	
				Almacenaje	
	Recepción				

**Fuente:** Elaboración propia

## MATRIZ DE CONSISTENCIA

### Gestión de almacenes y comercialización en la empresa LFR Trading S.A.C. – 2022

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Técnica e Instrumentos											
<p><b>Problema general:</b> ¿Cuál es la relación entre la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022?</p> <p><b>Problemas específicos:</b> ¿Cuál es el grado de gestión de almacenes en la empresa LFR Trading SAC - 2022?</p> <p>¿Cuál es el nivel de comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022?</p> <p>¿Cuál es la relación entre las dimensiones de la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022?</p>	<p><b>Objetivo general:</b> Determinar la relación entre la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b> Identificar el grado de gestión de almacenes en la empresa LFR Trading SAC - 2022.</p> <p>Medir el nivel de comercialización de la empresa LFR Trading SAC - 2022.</p> <p>Estimar la relación entre las dimensiones de la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022.</p>	<p><b>Hipótesis general</b> Existe relación significativa entre la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC – 2022.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b> El grado de gestión de almacenes en la empresa LFR Trading SAC - 2022, es bueno.</p> <p>El nivel de comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022, es alto.</p> <p>Existe relación significativa entre las dimensiones de la gestión de almacenes y la comercialización en la empresa LFR Trading SAC - 2022.</p>	<p><b>Técnica</b></p> <p>Análisis Documental</p>											
<b>Diseño de investigación</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Variables y dimensiones</b>												
<p><b>Tipo de investigación:</b> Básica</p> <p><b>Diseño de investigación:</b> Diseño no experimental y de corte transversal</p> <div style="display: flex; align-items: center; margin-top: 10px;"> <div style="margin-right: 10px;"> <pre> graph TD     M((M)) --&gt; O1((O1))     M --&gt; O2((O2))     O1 --- r((r)) --- O2             </pre> </div> <div> <p>M = Muestra V1=Gestión de almacenes V2 = Comercialización</p> </div> </div>	<p><b>Población:</b> La población estuvo conformada por 600 reportes de comercialización de 50 productos.</p> <p><b>Muestra:</b> La muestra estuvo conformado por 113 reportes de comercialización de 50 productos.</p>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 50%;">Variables</th> <th style="width: 50%;">Dimensiones</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Gestión de almacenes</td> <td>Compras y abastecimiento</td> </tr> <tr> <td>Inventarios</td> </tr> <tr> <td>Centros de distribución y almacenes</td> </tr> <tr> <td rowspan="3" style="text-align: center; vertical-align: middle;">Comercialización</td> <td>Nivel estratégico / financiero</td> </tr> <tr> <td>Nivel organización interna / servicio al cliente</td> </tr> <tr> <td>Nivel operaciones almacén</td> </tr> </tbody> </table>		Variables	Dimensiones	Gestión de almacenes	Compras y abastecimiento	Inventarios	Centros de distribución y almacenes	Comercialización	Nivel estratégico / financiero	Nivel organización interna / servicio al cliente	Nivel operaciones almacén	<p><b>Instrumento</b></p> <p>Ficha de Registro de datos</p>
Variables	Dimensiones													
Gestión de almacenes	Compras y abastecimiento													
	Inventarios													
	Centros de distribución y almacenes													
Comercialización	Nivel estratégico / financiero													
	Nivel organización interna / servicio al cliente													
	Nivel operaciones almacén													





## Consentimiento y/o asentimiento informado



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

#### Datos Generales

Nombre de la organización:	RUC:
LFR TRADING SAC	20602950396
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos: Mónica Reátegui Trigozo	DNI: 47069218

#### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal T del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo <sup>(\*)</sup>, autorizo [  ], no autorizo [  ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la Investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación:	
Gestión de almacenes y comercialización en la empresa LFR Trading S.A.C - 2022	
Nombre del Programa Académico: Administración De Negocios - MBA	
Autor: Nombres y Apellidos Mónica Reátegui Trigozo	DNI: 47069218

En caso de autorizarse, soy consciente que la Investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras Investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad Intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

  
LFR TRADING S.A.C.  
Mónica Reátegui Trigozo  
Representante Legal

Tarapoto, 22 de mayo del 2023

Firma: \_\_\_\_\_  
(Titular o Representante legal de la Institución)

(\*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal "T" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de Investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la Institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la Institución. Por ello, tanto en los proyectos de Investigación como en los Informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.

# Validación de los instrumentos de investigación



## MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO GESTIÓN DE ALMACENES

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad*				Coherencia*				Relevancia*				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>COMPRAS Y ABASTECIMIENTO</b>														
01	Selección de proveedores				X				X				X	
02	Reaprovisionamiento continuo				X			X				X		
03	Procedimientos de Selección			X				X					X	
<b>DIMENSIONES / ítems</b>														
<b>INVENTARIOS</b>														
01	Ingresos al almacén			X				X					X	
02	Control de existencias				X			X					X	
03	Sistema de inventario ABC				X			X				X		
<b>DIMENSIONES / ítems</b>														
<b>CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y ALMACENES</b>														
01	Almacenes en custodia				X			X				X		
02	Distribución según necesidad del área usuaria				X			X				X		
03	Distribución oportuna				X			X				X		

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Ninguno

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable [ X ]     Aplicable después de corregir [ ]     No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: **Sánchez Dávila Keller**    DNI: 41997504

Especialidad del validador (a): **Metodólogo**

\*Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

\*Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

\*Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Dr. Keller Sánchez Dávila  
DOCENTE POS GRADO

23 de mayo de 2023



## MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS COMERCIALIZACIÓN

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad*				Coherencia*				Relevancia*				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>NIVEL ESTRATEGICO / FINANCIERO</b>														
01	Características de la inversión				X				X				X	
02	Estrategias				X				X				X	
03	Finanzas			X					X			X		
<b>DIMENSIONES / ítems</b>														
<b>NIVEL ORGANIZACION INTERNA / SERVICIO AL CLIENTE</b>														
01	Marketing comercial			X				X					X	
02	Índices de eficiencia				X			X					X	
03	Competitividad				X				X				X	
04	Ventaja competitiva				X				X				X	
<b>DIMENSIONES / ítems</b>														
<b>NIVEL OPERACIONES ALMACEN</b>														
01	Características físicas				X				X				X	
02	Almacenaje			X				X				X		
03	Recepción.				X				X				X	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Ninguno

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable [ X ]     Aplicable después de corregir [ ]     No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: **Sánchez Dávila Keller**    DNI: 41997504

Especialidad del validador (a): **Metodólogo**

\*Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

\*Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

\*Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

Dr. Keller Sánchez Dávila  
DOCENTE POS GRADO

23 de mayo de 2023

MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO GESTIÓN DE ALMACENES

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>COMPRAS Y ABASTECIMIENTO</b>														
01	Selección de proveedores			X				x			X			
02	Reaprovisionamiento continuo			X				X					X	
03	Procedimientos de Selección			x				X					X	
<b>N° DIMENSIONES / ítems</b>														
<b>INVENTARIOS</b>														
01	Ingresos al almacén			X				x					X	
02	Control de existencias			X				X					X	
03	Sistema de inventario ABC			X				X					x	
<b>N° DIMENSIONES / ítems</b>														
<b>CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y ALMACENES</b>														
01	Almacenes en custodia			X				x					X	
02	Distribución según necesidad del área usuaria			X				X					X	
03	Distribución oportuna			x				X					X	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Burgos Bardales, Roger. DNI: 07497178

Especialidad del validador (a): Metodólogo

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.  
<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo  
<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido  
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
**Dr. Roger Burgos Bardales**  
 GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD  
 CLAD 9264

24 de mayo de 2023

MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS COMERCIALIZACIÓN

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>NIVEL ESTRATÉGICO / FINANCIERO</b>														
01	Características de la inversión			X				X					X	
02	Estrategias			X				X					X	
03	Finanzas			X				X					X	
<b>N° DIMENSIONES / ítems</b>														
<b>NIVEL ORGANIZACIÓN INTERNA / SERVICIO AL CLIENTE</b>														
01	Marketing comercial			X				x					X	
02	Índices de eficiencia			X				X					X	
03	Competitividad			X				X					X	
04	Ventaja competitiva			X				X					X	
<b>N° DIMENSIONES / ítems</b>														
<b>NIVEL OPERACIONES ALMACEN</b>														
01	Características físicas			X				X					X	
02	Almacenaje			X				X					X	
03	Recepción.			x				X					x	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): \_\_\_\_\_

Opinión de aplicabilidad:  Aplicable  Aplicable después de corregir  No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Burgos Bardales, Roger. DNI: 07497178

Especialidad del validador (a): Metodólogo

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.  
<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo  
<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido  
 Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
**Dr. Roger Burgos Bardales**  
 GESTIÓN PÚBLICA Y GOBERNABILIDAD  
 CLAD 9264

24 de mayo de 2023

MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO GESTIÓN DE ALMACENES

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>COMPRA Y ABASTECIMIENTO</b>														
01	Selección de proveedores				X				X				X	
02	Reaprovisionamiento continuo				X				X				X	
03	Procedimientos de Selección				X				X				X	
<b>INVENTARIOS</b>														
01	Ingresos al almacén				X			X					X	
02	Control de existencias				X				X				X	
03	Sistema de inventario ABC				X				X				X	
<b>CENTROS DE DISTRIBUCION Y ALMACENES</b>														
01	Almacenes en custodia				X				X				X	
02	Distribución según necesidad del área usuaria			X					X				X	
03	Distribución oportuna				X				X				X	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia en el instrumento

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]**    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: **MSc.** Segundo Saul Rodríguez Mendoza.    DNI: 01148240.

Especialidad del validador (a): **MSc.** En gestión empresarial, Docente en proyecto de investigación y desarrollo del proyecto

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido



Tarapoto, 24 de mayo de 2023

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

**MSc.** Segundo Seúl Rodríguez Mendoza

MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS COMERCIALIZACIÓN

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>NIVEL ESTRATEGICO / FINANCIERO</b>														
01	Características de la inversión				X				X				X	
02	Estrategias				X				X				X	
03	Finanzas			X					X				X	
<b>NIVEL ORGANIZACION INTERNA / SERVICIO AL CLIENTE</b>														
01	Marketing comercial				X				X				X	
02	Indices de eficiencia				X				X				X	
03	Competitividad				X				X				X	
04	Ventaja competitiva				X				X				X	
<b>NIVEL OPERACIONES ALMACEN</b>														
01	Características físicas			X					X				X	
02	Almacenaje				X				X				X	
03	Recepción.				X				X				X	

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Existe suficiencia en el instrumento

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable [X]**    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: **MSc.** Segundo Saul Rodríguez Mendoza.    DNI: 01148240.

Especialidad del validador (a): **MSc.** En gestión empresarial, Docente en proyecto de investigación y desarrollo del proyecto

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido



Tarapoto, 24 de mayo de 2023

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

**MSc.** Segundo Seúl Rodríguez Mendoza

MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO GESTIÓN DE ALMACENES

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>COMPRAS Y ABASTECIMIENTO</b>														
01	Selección de proveedores				X				X					X
02	Reaprovisionamiento continuo				X				X					X
03	Procedimientos de Selección				X				X					X
<b>DIMENSIONES / ítems</b>														
<b>INVENTARIOS</b>														
01	Ingresos al almacén				X				X					X
02	Control de existencias				X				X					X
03	Sistema de inventario ABC				X				X					X
<b>DIMENSIONES / ítems</b>														
<b>CENTROS DE DISTRIBUCIÓN Y ALMACENES</b>														
01	Almacenes en custodia				X				X					X
02	Distribución según necesidad del área usuaria				X				X					X
03	Distribución oportuna				X				X					X

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento si cumple los requisitos exigidos.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X]    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Coral Flores Angeley

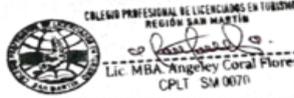
DNI: 44627436

Especialidad del validador (a): Maestría en Administración de Negocios

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido



Tarapoto, 24 de mayo de 2023

Lic. MBA Angeley Coral Flores

MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS COMERCIALIZACIÓN

N°	DIMENSIONES / ítems	Claridad <sup>1</sup>				Coherencia <sup>2</sup>				Relevancia <sup>3</sup>				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>NIVEL ESTRATEGICO / FINANCIERO</b>														
01	Características de la inversión				X				X					X
02	Estrategias				X				X					X
03	Finanzas				X				X					X
<b>DIMENSIONES / ítems</b>														
<b>NIVEL ORGANIZACIÓN INTERNA / SERVICIO AL CLIENTE</b>														
01	Marketing comercial				X				X					X
02	Indicadores de eficiencia				X				X					X
03	Competitividad				X				X					X
04	Ventaja competitiva				X				X					X
<b>DIMENSIONES / ítems</b>														
<b>NIVEL OPERACIONES ALMACEN</b>														
01	Características físicas				X				X					X
02	Almacenaje				X				X					X
03	Recepción.				X				X					X

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): El instrumento si cumple los requisitos exigidos.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X]    Aplicable después de corregir [ ]    No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador: Coral Flores Angeley

DNI: 44627436

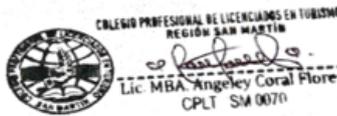
Especialidad del validador (a): Maestría en Administración de Negocios.

<sup>1</sup>Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

<sup>2</sup>Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

<sup>3</sup>Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Tarapoto, 24 de mayo de 2023.

Lic. MBA Angeley Coral Flores

MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTO GESTIÓN DE ALMACENES

N°	DIMENSIONES / Ítems	Claridad*				Coherencia*				Relevancia*				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>COMPRA S Y ABASTECIMIENTO</b>														
01	Selección de proveedores				X				X					X
02	Reaprovisionamiento continuo				X				X					X
03	Procedimientos de Selección				X				X					X
<b>DIMENSIONES / Ítems</b>														
<b>INVENTARIOS</b>														
01	Ingresos al almacén				X				X					X
02	Control de existencias				X				X					X
03	Sistema de inventario ABC				X				X					X
<b>DIMENSIONES / Ítems</b>														
<b>CENTROS DE DISTRIBUCION Y ALMACENES</b>														
01	Almacenes en custodia				X				X					X
02	Distribución según necesidad del área usuaria				X				X					X
03	Distribución oportuna				X				X					X

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): No hay observaciones

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ x ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Burgos Bardales Johan.      DNI: 07498381

Especialidad del validador (a): Magister en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales

\*Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

\*Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

\*Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
MRA. Johan Burgos Bardales  
CLAD - 20263

24 de mayo de 2023

MBA. Johan Burgos Bardales

MATRIZ DE EVALUACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS COMERCIALIZACIÓN

N°	DIMENSIONES / Ítems	Claridad*				Coherencia*				Relevancia*				Observaciones/ Recomendaciones
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
<b>NIVEL ESTRATEGICO / FINANCIERO</b>														
01	Características de la inversión				X				X					X
02	Estrategias				X				X					X
03	Finanzas				X				X					X
<b>DIMENSIONES / Ítems</b>														
<b>NIVEL ORGANIZACION INTERNA / SERVICIO AL CLIENTE</b>														
01	Marketing comercial				X				X					X
02	Indicadores de eficiencia				X				X					X
03	Competitividad				X				X					X
04	Ventaja competitiva				X				X					X
<b>DIMENSIONES / Ítems</b>														
<b>NIVEL OPERACIONES ALMACEN</b>														
01	Características físicas				X				X					X
02	Almacenaje				X				X					X
03	Recepción				X				X					X

Leer con detenimiento los ítems y calificar en una escala de 1 a 4 su valoración, así como solicitamos brinde sus observaciones que considere pertinente:

1. No cumple con el criterio	2. Bajo Nivel	3. Moderado nivel	4. Alto nivel
------------------------------	---------------	-------------------	---------------

Observaciones (precisar si hay suficiencia): No hay observaciones.

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [ x ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador.: Burgos Bardales Johan.      DNI: 07498381

Especialidad del validador (a): Magister en Administración de Negocios y Relaciones Internacionales.

\*Claridad: El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas.

\*Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

\*Relevancia: El ítem es esencial o importante, es decir debe ser incluido

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
MRA. Johan Burgos Bardales  
CLAD - 20263

24 de mayo de 2023

MBA. Johan Burgos Bardales

## Índice de la V de Ayken

### Variable 1: Gestión de almacenes

		CLARIDAD					COHERENCIA					RELEVANCIA				
		J1	J2	J3	J4	J5	J1	J2	J3	J4	J5	J1	J2	J3	J4	J5
D1	P1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
	P2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
	P3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
D2	P4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	P5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
	P6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
D3	P7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
	P8	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
	P9	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4

**V de Ayken      0.96**

### Variable 2: Comercialización

		CLARIDAD					COHERENCIA					RELEVANCIA				
		J1	J2	J3	J4	J5	J1	J2	J3	J4	J5	J1	J2	J3	J4	J5
D1	P1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	P2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	P3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
D2	P4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
	P5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
	P6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	P7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
D3	P8	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
	P9	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
	P10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

**V de Ayken      0.97**

## Confiabilidad de los instrumentos de investigación

### Análisis de confiabilidad de Gestión de almacenes

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,950	9

### Análisis de confiabilidad de Comercialización

<b>Resumen de procesamiento de casos</b>			
		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido <sup>a</sup>	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,956	10

## Constancia de autorización donde se ejecutó la investigación



Todo para el campo

# LFR Trading S.A.C

Tarapoto, 23 de mayo 2023.

**Señora:** Mónica Reátegui Trigozo  
Alumna Escuela de Posgrado UCV-Tarapoto

**ASUNTO:** Autorización para realizar investigación.

Yo, Mónica Reátegui Trigozo con DNI N° 47069218, en mi calidad de gerente general de LFR Trading S.A.C, ubicada en la ciudad de Tarapoto.

Otorgo la Autorización al Sra. Mónica Reátegui Trigozo, estudiante de la escuela de posgrado de la universidad Cesar Vallejo filial Tarapoto. Para que utilice la información de la empresa con la finalidad que pueda desarrollar su trabajo de investigación titulado "Gestión de almacenes y comercialización en la empresa LFR Trading S.A.C – 2022". Para optar el grado de maestro en administración de negocios – MBA.

Atentamente.

LFR TRADING S.A.C.  
Mónica Reátegui Trigozo  
gerente general

## Base de datos estadísticos

Flujo de compras y ventas Productos LFR Trading SAC 2022									
N°	Nombre comercial	Ingrediente Activo	Marca	Presentación	Stock Ene-2022	Total Reposición 2022	total (stok + reposicion)	Total Ventas (Ene-Dic en productos)	Stock 31-12-2022
1	Urea	Nitrogeno 46 %	Molinos & Cia S.A	Bolsa 50 Kg.	500.00	4520.00	5020.00	4864.00	156.00
2	Sulfato de amonio	Nitrogeno 24%, 22% Azufre	Molinos & Cia S.A	Bolsa 50 Kg.	300.00	3470.00	3770.00	3642.00	128.00
3	Nitrato de amonio	Nitrogeno 33%, 3% Fosforo	Inkafert	Bolsa 50 Kg.	90.00	100.00	190.00	146.00	44.00
4	Fosfato di amonico	Nitrogeno 18%, 46% Fosforo	Molinos & Cia S.A	Bolsa 50 Kg.	150.00	1400.00	1550.00	1418.00	132.00
5	Fosfato Monoamonico	Nitrogeno 11%, 52% Fosforo	Molinos & Cia S.A	Bolsa 50 Kg.	80.00	450.00	530.00	479.00	51.00
6	Cloruro de Potasio	Potasio 60%	Molinos & ia S.A	Bolsa 50 Kg.	200.00	2150.00	2350.00	2231.00	119.00
7	Sulfato de Potasio gr.	Potasio 50%, Azufre 18%	Molinos & Cia S.A	Bolsa 50 Kg.	50.00	1100.00	1150.00	1097.00	53.00
8	Sulfato de potasio y magnesio	Potasio 22%, Azufre 18%, Magnesio 22%	Molinos & Cia S.A	Bolsa 50 Kg.	102.00	1000.00	1102.00	1059.00	43.00
9	Nitrabor	Nitrogeno 16.5%, Calcio 26%, Boro 0.3%	Equilibra Perú S.A	Bolsa 50 Kg.	8.00	270.00	278.00	254.00	24.00
10	Nitrato de Calcio	Nitrógeno 15.5 %, Oxido de Calcio *6.5%	Quiagral S.A.C	Bolsa 25 Kg	26.00	80.00	106.00	83.00	23.00
11	Nitrato de Potasio	Nitrógeno 13.5 , Potasio 46%	Quiagral S.A.C	Bolsa 25 Kg	40.00	160.00	200.00	176.00	24.00
12	Sulfato de magnesio	Óxido de magnesio 16 %, Azufre 13 %	Quiagral S.A.C	Bolsa 25 Kg	8.00	40.00	48.00	33.00	15.00
13	Sulfato de Zinc	Zinc 21 %, Azufre 10 %	Quiagral S.A.C	Bolsa 25 Kg	8.00	40.00	48.00	34.00	14.00
14	Sulfato de cobre	Cobre 25 %, Azufre 12 %	Quiagral S.A.C	Bolsa 25 Kg	22.00	80.00	102.00	88.00	14.00
15	Sulfato de manganeso	Manganeso 32%, Azufre 19%	Quiagral S.A.C	Bolsa 25 Kg	12.00	20.00	32.00	25.00	7.00
16	Acido Borico	Boro 17.46 – 17.52 %	Quiagral S.A.C	Bolsa 25 Kg	24.00	100.00	124.00	105.00	19.00
17	Aminoprom	Estimulante	LFR Trading S.A.C	1 Litro	120.00	1560.00	1680.00	1525.00	155.00
18	Maxifol Ca B Zn	Calcio al 14%, Zinc y Boro 2.5%	LFR Trading S.A.C	1 Litro	84.00	1440.00	1524.00	1167.00	357.00
19	Maxifol 11-8-6	Nitrogeno 11%, Fosforo 8%, Potasio 6%	LFR Trading S.A.C	1 Litro	120.00	1560.00	1680.00	1572.00	108.00
20	Maxifol Nitros	Nitrogeno 30%, Fosforo 10%, Potasio 10%	LFR Trading S.A.C	1 Litro	60.00	1080.00	1140.00	1058.00	82.00
21	Multimineral	Nitrogeno 20%, Fosforo 20%, Potasio 20%	LFR Trading S.A.C	1 Litro	72.00	1920.00	1992.00	1839.00	153.00
22	Maxiphos	Fosforo 50%, Zinc 1.6%	LFR Trading S.A.C	1 Litro	66.00	1200.00	1266.00	1207.00	59.00
23	Maxifol PK	Fosforo 50%, Potasio 40%	LFR Trading S.A.C	1 Litro	72.00	720.00	792.00	658.00	134.00
24	Maxifol K	Potasi 40%	LFR Trading S.A.C	1 Litro	84.00	780.00	864.00	825.00	39.00
25	Maxi - Acid	Acidificante al 40%	LFR Trading S.A.C	1 Litro	37.00	480.00	517.00	327.00	190.00
26	Foliar Wett	Detergente	LFR Trading S.A.C	1 Litro	120.00	240.00	360.00	327.00	33.00
27	Maxifol Humico	Acidos Humicos	LFR Trading S.A.C	1 Litro	66.00	720.00	786.00	666.00	120.00
28	Maxi -oil	Aceite agricola	LFR Trading S.A.C	1 Litro	62.00	360.00	422.00	304.00	118.00
29	Curator - Cu	Cobre	LFR Trading S.A.C	1 Litro	122.00	480.00	602.00	514.00	88.00
30	activ - Algax	Algas Marinas	LFR Trading S.A.C	1 Litro	18.00	600.00	618.00	489.00	129.00
31	Bazuka	Glyphosate 480 g/L	Tecnologia Quimica y comercio S.A.C	1 Litro	1800.00	2400.00	4200.00	2268.00	1932.00
32	Gasper	Glyphosate 480 g/L	Pampa Bonita S.A.C	1 Litro	1360.00	0.00	1360.00	779.00	581.00
33	Hojamina	2, 4 D Sal Amina	Pampa Bonita S.A.C	1 Litro	667.00	2200.00	2867.00	2268.00	599.00
34	Malandro	Glyphosate 880 g/kg 5G	Pampa Bonita S.A.C	1 kg	1360.00	1500.00	2860.00	1682.00	1178.00
35	Nicotrazina	Nicosulfuron 40 g/L + Atrazina 200 g/L	Capeagro	1 Litro	48.00	780.00	828.00	783.00	45.00
36	Pick up Doble	2,4 D, Picloram	Tecnologia Quimica y comercio S.A.C	1 Litro	120.00	720.00	840.00	682.00	158.00
37	Chuzo	Nicosulfuron 40 g/L	Pampa Bonita S.A.C	1 Litro	60.00	480.00	540.00	501.00	39.00
38	Chikara	Methomyl 900 g/kg	Pampa Bonita S.A.C	100 gr	2190.00	0.00	2190.00	1823.00	367.00
39	Cipermax	Alfaccipermetrina 100 g/L	Farmex	1 Litro	222.00	240.00	462.00	341.00	121.00
40	Coloso	Emamectin Benzoato 50 g/ kg	Silvestre S.A.C	100 gr	2080.00	0.00	2080.00	1645.00	435.00
41	Crucial	Thiodicarb 300 g/L + Imidacloprid 105 g/L	Interoc	100 gr	24.00	120.00	144.00	117.00	27.00
42	Diprid	Imidacloprid 350 g/L	Avyust Crop protection	250 ml	227.00	300.00	527.00	337.00	190.00
43	Hormix	Carbontriple 0.04%	Minagro Industria Quimica	200 gr	1380.00	0.00	1380.00	1071.00	309.00
44	Lorpyfos	Chlorpyrifos 480 g/L	Tecnologia Quimica y comercio S.A.C	1 Litro	284.00	300.00	584.00	449.00	135.00
45	Optik 150 WG	Emamectin benzoate50 g/kg + Lufenuron100 g/kg	Perú Fertil S.A.C	100 gr	1870.00	0.00	1870.00	1788.00	82.00
46	Roncador	Alphacypermethrin 100 g/L	Talex S.A.C	1 Litro	122.00	480.00	602.00	461.00	141.00
47	Faizer 75 WG	Tebuconazole 500 gr/kg+ Trifloxystrobin 250 gr/kg	Capeagro	1 Litro	420.00	1000.00	1420.00	1141.00	279.00
48	Podium 250 EW	Tebuconazole 250 g/L	Aris industrial	1 Litro	136.00	480.00	616.00	419.00	197.00
49	Taspa 500 EC	Propiconazol 250 g/L, Difenconazol 250 g/L	Tecnologia Quimica y comercio S.A.C	1 Litro	84.00	360.00	444.00	369.00	75.00
50	Sutyl	Azoxystrobin: 200 g / l + Difenconazole: 125 g / l	Pampa Bonita S.A.C	1 Litro	97.00	360.00	457.00	391.00	66.00

## Autorización de la organización para publicar la identidad en los resultados de las investigaciones



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

### AUTORIZACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN PARA PUBLICAR SU IDENTIDAD EN LOS RESULTADOS DE LAS INVESTIGACIONES

#### Datos Generales

Nombre de la organización:	RUC:
LFR TRADING SAC	20602950396
Nombre del Titular o Representante legal:	
Nombres y Apellidos: Mónica Reátegui Trigozo	DNI: 47069218

#### Consentimiento:

De conformidad con lo establecido en el artículo 7º, literal T del Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo<sup>(\*)</sup>, autorizo [  ], no autorizo [  ] publicar LA IDENTIDAD DE LA ORGANIZACIÓN, en la cual se lleva a cabo la Investigación:

Nombre del Trabajo de Investigación:	
Gestión de almacenes y comercialización en la empresa LFR Trading S.A.C - 2022	
Nombre del Programa Académico: Administración De Negocios - MBA	
Autor: Nombres y Apellidos Mónica Reátegui Trigozo	DNI: 47069218

En caso de autorizarse, soy consciente que la Investigación será alojada en el Repositorio Institucional de la UCV, la misma que será de acceso abierto para los usuarios y podrá ser referenciada en futuras Investigaciones, dejando en claro que los derechos de propiedad intelectual corresponden exclusivamente al autor (a) del estudio.

  
LFR TRADING S.A.C.  
Mónica Reátegui Trigozo  
Representante legal

Tarapoto, 22 de mayo del 2023

Firma: \_\_\_\_\_

(Titular o Representante legal de la Institución)

(\*) Código de Ética en Investigación de la Universidad César Vallejo-Artículo 7º, literal "T" Para difundir o publicar los resultados de un trabajo de Investigación es necesario mantener bajo anonimato el nombre de la Institución donde se llevó a cabo el estudio, salvo el caso en que haya un acuerdo formal con el gerente o director de la organización, para que se difunda la identidad de la Institución. Por ello, tanto en los proyectos de Investigación como en los Informes o tesis, no se deberá incluir la denominación de la organización, pero sí será necesario describir sus características.



**Declaratoria de Autenticidad de los Asesores**

Nosotros, ENCOMENDEROS BANCALLAN IVO MARTIN,ESCOBEDO BUSTAMANTE ABIGAIL ELIZABETH, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - TARAPOTO, asesores de Tesis titulada: "Gestión de almacenes y comercialización en la empresa LFR Trading S.A.C - 2022", cuyo autor es REÁTEGUI TRIGOZO MÓNICA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

Hemos revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

TARAPOTO, 05 de Agosto del 2023

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
ENCOMENDEROS BANCALLAN IVO MARTIN <b>DNI:</b> 17623582 <b>ORCID:</b> 0000-0001-5490-0547	Firmado electrónicamente por: IENCOMENDEROS el 05-08-2023 11:46:19
ESCOBEDO BUSTAMANTE ABIGAIL ELIZABETH <b>DNI:</b> 44576499 <b>ORCID:</b> 0000-0003-2904-8246	Firmado electrónicamente por: AEESCOBEDOE el 07-08-2023 10:08:54

Código documento Trilce: TRI - 0642347