



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Procesos logísticos y comercialización de una empresa de
cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

AUTORA:

Caballero Galan, Marisol (orcid.org/0000-0001-8926-9310)

ASESOR:

Dr. Pasache Ramos, Maximo Fidel (orcid.org/0000-0003-1005-0848)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA - PERÚ

2023

DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios, quien me dio la fuerza y la sabiduría para seguir avanzando y alcanzando mis metas. Por otro lado, a mi madre y hermanas que estuvieron presente en todo este proceso hasta que llegué a convertirme en lo que quiero ser. Finalmente agradecer a cada una de las personas que aportaron en este proyecto con su sabiduría y experiencia para lograr el éxito en este proyecto.

AGRADECIMIENTO

Agradecer a mi asesor Maximo Pasache quien me brindó la enseñanza necesaria para realizar mi proyecto junto con los demás docentes cuya experiencia y sabiduría permitieron guiarme en todo este proceso. También agradecer a mi madre y hermanas quienes estuvieron acompañándome en cada paso que doy en la vida y por su amor incondicional que siempre me brindan para lograr ser una mujer de éxito en la vida

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Declaratoria de Originalidad del Autor

Yo, CABALLERO GALAN MARISOL estudiante de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, declaro bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: Procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023, es de mi autoría, por lo tanto, declaro que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. He mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

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

Nombres y Apellidos	Firma
CABALLERO GALAN MARISOL DNI: 75973814 ORCID: 0000-0001-8926-9310	Firmado electrónicamente por: MCABALLEROG1 el 28-11-2023 16:13:31

Código documento Trilce: INV - 1611718

DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, PASACHE RAMOS MAXIMO FIDEL, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: Procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023, cuyo autor es CABALLERO GALAN MARISOL, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 16.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He 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, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo. LIMA, 28 de Noviembre del 2023

Apellidos y Nombre del Asesor:	Firma
PASACHE RAMOS MAXIMO FIDEL DNI: 07903350 ORCID: 0000-0003-1005-0848	Firmado electrónicamente por: MPASACHER, el 03-12-2023 09:51:13

Código documento Trilce: TRI - 0668966

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CARÁTULA	
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR.....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DE LOS AUTORES	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	viii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	5
III. METODOLOGÍA.....	13
IV. RESULTADOS	16
V. DISCUSIÓN	29
VI. CONCLUSIONES.....	33
VII. RECOMENDACIONES	34
REFERENCIAS	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Distribución de frecuencias y porcentajes de la variable Procesos Logísticos	16
Tabla 2	Distribución de frecuencias y porcentajes de la variable Comercialización	17
Tabla 3	Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión aprovisionamiento	18
Tabla 4	Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión inventario	19
Tabla 5	Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión almacenamiento	20
Tabla 6	Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión transporte	21
Tabla 7	Análisis bivariado entre los procesos logísticos y la comercialización	22
Tabla 8	Pruebas de normalidad	23
Tabla 9	Correlación entre los procesos logísticos y la comercialización	24
Tabla 10	Correlación entre la dimensión aprovisionamiento y la variable comercialización	25
Tabla 11	Correlación entre la dimensión inventario y la variable comercialización	26
Tabla 12	Correlación entre la dimensión almacenamiento y la variable comercialización	27
Tabla 13	Correlación entre la dimensión transporte y la variable comercialización	28

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Distribución de frecuencias y porcentajes de la variable Procesos Logísticos	16
Figura 2 Distribución de frecuencias y porcentajes de la variable Comercialización	17
Figura 3 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión aprovisionamiento	18
Figura 4 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión inventario	19
Figura 5 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión almacenamiento	20
Figura 6 Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión transporte	21
Figura 7 Análisis bivariado entre los procesos logísticos y la comercialización	22

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación que existe entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023. La metodología empleada fue de tipo básica, de diseño no experimental y transversal, la población estuvo conformada por 30 personas que laboran y pertenecen al área de logística de la empresa. Se empleó como técnica la encuesta y como instrumento el cuestionario. Se logró concluir que la variable de procesos logísticos se reparte de manera uniforme entre niveles bajo, medio y alto, cada uno correspondiendo al 33,33%. Para la variable comercialización se evidenció que se encuentra en un nivel medio representado por un 36.67%. Asimismo, se observó una asociación positiva directa de correlación alta con un valor de 0.828 entre los procesos logísticos y la comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023. Se recomienda optimizar la gestión de inventarios, mejorar la planificación de rutas de transporte y fortalecer la coordinación interna entre los diferentes departamentos involucrados. En cuanto a la comercialización, se podría explorar estrategias de marketing más efectivas, realizar estudios de mercado para comprender las demandas de los clientes y diversificar la oferta de productos según las preferencias del mercado.

Palabras clave: Procesos logísticos, comercialización, empresa.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine the relationship between logistics processes and marketing of a corrugated cardboard company, Chaclacayo, 2023. The methodology used was basic, non-experimental and cross-sectional design, the population consisted of 30 people who work and belong to the logistics area of the company. The survey was used as a technique and the questionnaire as an instrument. It was possible to conclude that the variable of logistic processes is evenly distributed between low, medium and high levels, each one corresponding to 33.33%. For the marketing variable, it was found that it is at a medium level, represented by 36.67%. Likewise, a direct positive association of high correlation with a value of 0.828 was observed between the logistic processes and the commercialization of a corrugated cardboard company, Chaclacayo, year 2023. It is recommended to optimize inventory management, improve the planning of transportation routes and strengthen internal coordination between the different departments involved. Regarding commercialization, more effective marketing strategies could be explored, market studies could be carried out to understand customer demands, and product offerings could be diversified according to market preferences.

Keywords: Logistics processes, commercialization, company.

I. INTRODUCCIÓN

En los años recientes, la crisis política ha tenido un impacto en la economía peruana, obligando a las empresas a ser más competitivas y a abandonar su comodidad para incrementar la productividad. Esto condujo a la formulación de estrategias para reducir costos en la logística, resultando en un aumento en la comercialización de productos. Este enfoque también facilitó la identificación y mejora de la gestión en los procesos de distribución.

Alcocer, P. y Knudsen, J. (2019). En su artículo se hizo referencia a diversos estudios a nivel global que destacan la eficiencia y efectividad de los procesos logísticos. Estos estudios proporcionan indicadores que permiten evaluar la gestión, con el propósito de reflejar la situación de la empresa. Basándose en estos resultados, se pueden tomar medidas para mejorar los procesos logísticos en general. Los indicadores muestran la factibilidad de mejoras continuas, proceso de compras, producción, comercialización, servicio al cliente y transporte.

Según Mora, L. (2008). La logística se ha convertido en la actualidad una ventaja competitiva, esto permite que las empresas mejoren su eficiencia y productividad en la cadena de abastecimiento y distribución de las mercancías (productos terminados y materia prima) desde la adquisición de un producto hasta la recepción final del consumidor. Adicional a ello la logística trata de reducir los costos ya que esto es un factor clave que contribuye con las utilidades de las empresas. Podemos definir que la logística es la cadena de abastecimiento de un producto o servicio que eventualmente será utilizado o consumido.

De acuerdo con la globalización el panorama actual de las empresas es muy complejo, dinámico y a la vez competitivo, hoy en día se ha visto el cambio de muchas tendencias que nos lleva a sobrevivir, es por ello que no solo importa la calidad y expectativas de los productos, también tenemos que satisfacer las necesidades del cliente obteniendo resultados con los objetivos planteados. Según Varela, D., Curbelo, G., Álvarez, N. (2017). Nos dice que actualmente la producción y la logística mediante la comercialización desarrolla una cooperación que ayuda a garantizar la eficiencia y calidad entre las empresas,

para esto se deben realizar estrategias que permitan predominar en el territorio de abastecimiento para que el producto llegue como es debido.

Mientras tanto, a nivel nacional, Arrojo, D. (2019). Explica que en la actualidad las empresas de comercialización tienen la obligación de mantener los procesos logísticos de manera óptima debido a que tienen una importancia mayor por lo que representa un costo logístico que permite en planeamiento de estrategias y la programación efectiva de la comercialización del producto terminado (PT).

Como menciona Soret, I. (2006). Las estrategias logísticas, los instrumentos de gestión y control se han ido modificando durante los últimos años y cada vez son más complejos es por ello que siempre se dispone de métodos e indicadores para la toma de decisión, normalmente cada proceso tiene como meta obtener productos y posterior a ello el aumento de ventas y disminución de los costos. Por tanto, la empresa debe mejorar e invertir en marketing, compras, calidad, producción, stock, transporte y distribución ya que estos son elementos esenciales para el desempeño de cada operación empresarial.

En el ámbito internacional, Maldonado, J. (2011). Menciona que los procesos logísticos comprenden una serie de actividades interconectadas que busca fortalecer una perspectiva centrada en el cliente, estas actividades tienen como objetivo orientar y distribuir el desarrollo de las ventajas competitivas, estas proporcionan una buena estructura en la cooperación y toma de decisiones. Sin embargo, los procesos logísticos usan una metodología que evalúa el rendimiento y la estructura de una empresa, a través de ello se puede diseñar, organizar, modelar, optimizar y documentar de manera continua.

En el ámbito local, Guardia, J., Saavedra, D., y Villena, J. (2017). Nos dice que una de la empresa de cartón corrugado ubicada en Chaclacayo - Lima debe realizar un análisis al entorno externo de la compañía y en base a ello tener controles y mediciones, desarrollando un método con sustento numérico que cubra los objetivos que se han planteado, es por ello que la empresa debe implementar un indicador de costo promedio en lo cual esto nos va a permitir verificar las cantidades salientes de materia prima y saber el costo de flete lo que hace factible tener un control en esta operación. Es importante tener en cuenta a futuro los KPIS en la empresa para ser monitoreado constantemente, si no se

controlan no se pueden realizar ajustes o mejoras, esto nos mantendrán alerta a los diferentes cambios del mercado o requerimientos de los clientes, siempre y cuando llevemos un control adecuado principalmente en las operaciones que abarcan la mejora continua de la empresa.

Y según Arango, M., Gómez, C., y Serna, C. (2017). Se ha planteado modelos logísticos con el fin de abordar los desafíos relacionados con la integración, sostenibilidad, coordinación, procesos en la comercialización y distribución, buscando optimizar y mejorar cada uno de los puntos ya mencionados, cuyo plan no solo es planear si no también disminuir los impactos negativos que se pueden presentar en las empresas.

Es por ello que nuestro problema general se plantea en ¿Cuál es la relación que existe entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023? y como problemas específicos tenemos:

¿Cuál es la relación que existe entre el aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?, ¿Cuál es la relación que existe entre el inventario y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?, ¿Cuál es la relación que existe entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?, ¿Cuál es la relación que existe entre el transporte y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?.

Según Bernal, C. (2010). Menciona que toda investigación está orientada al desarrollo de algún problema, es por ello que es necesario justificar los motivos de la investigación, la justificación puede tener varios enfoques de carácter práctico, social y teórico. Así pues, el estudio actual cuenta con una justificación teórica, social y práctica, el propósito de este proyecto es examinar la asociación que generan los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023 y de esta manera contribuir a que la empresa cumpla al 100% los objetivos planteados.

La justificación teórica son conceptos básicos que buscan generar un debate y reflexión sobre el conocimiento académico existente, y según el autor Mendes, C. (2009). Menciona que la justificación permite al investigador realizar diferentes conceptos que muestran la solución de un problema con objetividad y reflexión

académica. Mientras tanto Bernal, C. (2010). Nos menciona que la justificación práctica es cuando el desarrollo de la investigación resuelve un problema, proponiendo estrategias que contribuyan a la investigación, y por Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). Indica que el estudio debe tener trascendencia social logrando tener un alcance o proyección social, ayudando a resolver los problemas que puedan afectar a un grupo social.

De acuerdo con lo mencionado el estudio presentó una justificación teórica práctica y social. Ya que pretende examinar la asociación entre los procesos logísticos y la comercialización de una compañía especializada en cartón corrugado, Chaclacayo, 2023 y de esta manera contribuir a que la empresa cumpla con los objetivos planteados.

Por lo tanto, el objetivo principal fue: Determinar la relación que existe entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023. Del mismo modo se plantearon objetivos específicos: (1) Determinar la relación que existe entre el aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023. (2) Determinar la relación que existe entre el inventario y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023. (3) Determinar la relación que existe entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023. (4) Determinar la relación que existe entre el transporte y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023

Por último, se presentó la siguiente hipótesis general: Existe relación entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023. Hipótesis específicas: (1) Existe relación entre el aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023. (2) Existe relación entre el inventario y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023. (3) Existe relación entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023. (4) Existe relación entre el transporte y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

En este capítulo, se toman en cuenta antecedentes tanto a nivel internacional y nacional relacionados con la investigación, definiendo las variables independiente y dependiente, los cuales guardan relación con nuestro tema de estudio y objeto de estudio. En relación con los antecedentes internacionales tenemos lo siguientes:

Márquez, M., Carmona, G., y Castro, C. (2021). En su artículo de investigación, el propósito fue indagar sobre la conexión entre un conjunto de procesos logístico fundamentales en la MIPYMES realizando un análisis desde la práctica y la literatura. Utilizando una metodología de análisis de datos multivariados, permitiendo tener una perspectiva comprensiva y descriptiva de los procesos logísticos en las empresas, en cuanto al análisis factorial exploratorio permite explicar mejor los procesos y por último el análisis factorial confirmatorio valida los factores de la muestra de las MIPYMES. Se concluye que todos los valores mencionados corresponden a un estado de validez en una escala de 0 a 5. Esto permite analizar y evaluar de manera objetiva los procesos logísticos, de esta manera las empresas deben enfocarse en mejorar las operaciones de cada proceso propuesto y mejorar el desempeño logístico de las empresas.

Cobas, D., Martínez, G., Delgado, N., y Diaz, M. (2017). En su artículo de investigación. El propósito principal del proyecto fue optimizar los procesos logísticos, centrándose en las cadenas de suministro para corregir deficiencias y aplicar mejoras a través del uso de métodos estadísticos y programas de análisis de datos como el SPSS. Concluyendo, que los análisis llevados a cabo revelaron que la cadena de suministro no funcionaba adecuadamente, generando insatisfacción en los clientes, es por ello que se planificó estrategias de acuerdo a la necesidades y preferencias de los consumidores, mejorando la organización de las rutas de transporte con la finalidad de disminuir los costos a un 2.53%, lo que representa que los costos se reducen a un 56.66%.

Medina, J. (2022). Llevó a cabo una investigación con el objetivo principal de realizar un estudio económico sobre la comercialización y producción de cartones en Guayaquil. Teniendo como metodología de investigación inductiva, descriptiva y documental bajo un enfoque mixto. Se concluye que un análisis teórico ayuda como una base para formalizar los procesos de formación para

avanzar en el desarrollo del emprendimiento y esto a su vez a enfocarnos en una correcta proyección de lo que optamos por construir.

Zuluaga, A., Gomez, R., y Fernández, S. (2014). En su artículo de investigación. Su objetivo principal es analizar, revisar y sugerir la implementación de indicadores en los procesos logísticos de la cadena de suministro, lo que posibilitará abordar aspectos como el aprovisionamiento, almacén, producción y servicio al cliente, teniendo como metodología cuantitativa, con el resultado de alcanzar los objetivos mejorando las oportunidades que sirven de apoyo para la cadena de suministro. Se logró concluir que los indicadores sugeridos posibilitan la evaluación del rendimiento de los diferentes procesos logísticos en la cadena de suministros convirtiéndose en una base para el control y seguimiento de objetivos planteados identificando las oportunidades de mejora.

Por consiguiente, tenemos los siguientes antecedentes nacionales iniciando con el autor.

Domínguez, C., Villanueva, J. (2021). En su artículo , propuso un plan de gestión en la cadena de suministros para mejorar los procesos logísticos de la empresa LyC del Perú, empleó una metodología de tipo descriptiva, con enfoque cuantitativo, de diseño no experimental y transversal, mediante la aplicación de encuestas a los empleados de la empresa, se descubrió que los procesos logísticos actuales estaban evaluados en un 80%, mientras que los niveles de estrategias de selección de proveedores alcanzaron un 85%, las estrategias administrativas un 80%, y la gestión logística un 75%. Se determinó que la ejecución del plan de gestión de la cadena de suministro optimizará los procedimientos logísticos, posibilitando la formulación de estrategias para la planificación y organización en las áreas de recepción, almacén, movimiento de mercancías y, en última instancia, gestión de la información.

Acuña, V., Chicoma, R., Delgado, j., Silva, C., y Mego, O. (2018). En su artículo, tuvo como propósito identificar los procesos logísticos y evaluar el nivel de inventario de una empresa dedicada al comercio, permitiendo reducir costos, inventarios e identificar qué productos tienen mayor rotación, tomando en cuenta el manejo correcto de los procesos logísticos esto conlleva a tener una mejora en el nivel de inventarios logrando tener una ventaja competitiva, el estudio tuvo

una metodología aplicada, correlacional y descriptiva. Se concluyó que los trabajadores si conocen el sistema de los procesos logísticos de la empresa HYM, es por ello que realizan el control de su mercadería en los almacenes, generando satisfacción en sus clientes al momento de realizar sus compras, disponiendo los productos más requeridos para realizar el proceso de distribución.

Guardia, J., Saavedra, D., y Villena, J. (2017). Estableció como principal objetivo evaluar cómo la estrategia de aprovisionamiento conecta los objetivos prácticos a nivel operativo y la estrategia general a nivel estratégico, a través de un análisis del entorno externo de la compañía bajo el modelo PESTEG con un enfoque cuantitativo, como resultado se obtuvo la optimización y clasificación de costos para luego invertir en recursos de la misma empresa. Se concluye que los desembolsos representan una inversión reducida para la empresa en comparación con sus gastos logísticos y generales. El período de implementación es breve, con solo seis meses, y los ingresos superan los gastos, resultando en flujos de ingresos positivos durante la fase de implementación. Esto permite recuperar la inversión e incluso generar ganancias para la empresa mediante la implementación del mismo.

Jara, I. (2021). En su tesis de grado, tuvo como propósito describir los procesos logísticos la metodología fue de nivel descriptivo, diseño no experimental, enfoque cuantitativo y transversal, se realizó el estudio con una muestra de 40 colaboradores, se logró una confiabilidad en los resultados, medida a través del alfa de Cronbach, con un valor de 0.915 en el cuestionario de procesos logísticos. Esto indica un resultado positivo en la recopilación de datos de las unidades de análisis, el 62.5% ubica a los procesos logísticos como un nivel moderado, 20% de los procesos logísticos se valora como un nivel bajo. Se concluye que el rendimiento de cada uno de los procesos es deficiente, afectando negativamente el desempeño general de la empresa. Por este motivo, se han establecido programas de capacitación dirigidos al personal del almacén con el objetivo de incrementar su conocimiento. Asimismo, se ha implementado información destinada a mejorar los procesos.

Se consideró las siguientes fundamentaciones teóricas:

Theory of constraints (Teoría de las restricciones TOC). Según Aguilera, C. (2000), hace referencia que la teoría de las restricciones, es una metodología en donde invitan a los gerentes a concentrarse directamente con la eficacia de la empresa, es decir, obtener resultados globales, esto permite direccionar las empresas con resultados lógicos y sistemáticos, contribuyendo y garantizando la continuidad empresarial, con el propósito de ayudar a la toma de decisiones optimizando los costos mediante un control y seguimiento para generar mayor ingresos a las empresas.

Por otro lado, Goldratt, E. (2000). Nos dice que la teoría de las restricciones es una filosofía administrativa, por ende, utiliza métodos de ciencias exactas para gestionar y comprender. las TOC busca identificar los resultados de una manera acelerada fomentando la armonía a través de todo el sistema permitiendo solucionar los problemas más críticos de la empresa, podemos decir las TOC son un conjunto conocimientos, herramientas y aplicaciones que usa la lógica y el sentido común para mejorar e implementar los procesos de mejora continua.

En cambio, Gracia, G. et al (2010). Indica que la teoría de las restricciones emplea la lógica de causa y efecto para entender lo ocurrido, buscando oportunidades de mejora de manera precisa en el lugar y el momento adecuados. Por esta razón, se destaca la importancia de producir a tiempo o mantener un inventario para cumplir con las demandas de los clientes.

Just it Time (Toria del JIT). Edward, J. (1987). Sostiene que la teoría de Justo a Tiempo es una herramienta que elimina o reduce los desperdicios en las actividades de compras, fabricación y distribución, proporcionando a las empresas oportunidades para mejorar y cumplir con los requisitos, al mismo tiempo que reduce el tiempo de entrega en un 90%.

Del mismo modo Mendoza, L., Vega, K., (2014). Nos dice que toda organización debe analizar y optimizar sus recursos en el marco de un sistema de producción, ya que constituye una ventaja competitiva que la organización obtiene para entregar un producto puntualmente y con la cantidad requerida por el cliente en el momento que se necesite, un aspecto fundamental del JIT es identificar problemas que se dan por consecuencias de espontaneidad y así reforzar en las áreas productivas que permitan cumplir con el objetivo. El objetivo es erradicar

los desperdicios, es decir, eliminar actividades superfluas que no generen valor añadido. Se lleva a cabo con el propósito de reducir los gastos de producción y elevar la calidad del producto.

Según Vidal, S. (2007). Menciona que el JIT es un sistema que ofrece servicios a empresas con alto valor de apoyo según lo requiera el proveedor. A través de JIT se busca eliminar los desperdicios por medio de la logística cuya función es bajar el nivel de inventarios, mejorando en la calidad y atención al cliente, para ser más competitivo en el mundo, desarrollando estrategias con el fin de disminuir costos y distribuir adecuadamente el producto. (p.10).

Teoría de la distribución. Según Molinillo, S., (2014). Afirma que el objetivo de la distribución comercial es ubicar los productos o servicios a disposición del consumidor final, por el cual se desarrollan actividades que generen satisfacción y deseos de los clientes. Actualmente las actividades comerciales aumentaron tanto nacional como internacionalmente dando lugar al desarrollo de la distribución comercial. El objetivo es atraer clientes y así diferenciarse de las otras empresas obteniendo la fidelización brindando al cliente un mejor producto o servicio.

Acosta, A. (2017). Menciona que, distribuir los productos en el menor tiempo con condiciones de seguridad y calidad han estado presente desde la antigüedad, es por ello que es muy importante el desempeño de la distribución en el mercado, y así lograr introducirse con mayor presentación dando a conocer la marca y de esta manera transformar a la empresa en un lugar de comercio con ventas que cumplan con la calidad de servicio que sugiere el cliente.

Total Quality Theory (Teoría de la calidad TQM). Según Carhuapoma, J. (2016). Describe a la teoría de calidad como procesos de planificación, gestión, seguimiento y control que toda empresa debe manejar para que cubran las necesidades del consumidor asegurando su satisfacción, por ello las empresas incentivan a los trabajadores siendo motivados a realizar un trabajo de calidad para mejorar constantemente los procesos, y de esta manera tener una relación de afinidad tanto entre el proveedor y el consumidor generando confianza desde la primera vez.

Chumacero, I. (2010). Menciona que las empresas no solo deben basarse en el precio, sino, también en la calidad, mayormente las áreas de ventas buscan clientes de menor costo para que puedan realizar la producción a costa de la mala calidad, es por ello que siempre se trata de ofrecer un producto de calidad para que la empresa no fracase, es muy importante tomar en cuenta la teoría de la calidad y precio para que la empresa tenga éxito en el mercado. (p.8).

Por último, Caro, R., y González, D. (2012). Indica que un producto o servicio presenta atributos y características que cumplen con las necesidades definidas de los clientes, anticipándose a posibles problemas antes de que surjan, es por ello que la empresa crea un medio de respuesta ante la necesidad que el cliente requiera, mejorando cada vez más los procesos de calidad, producción, administración, operación y comercialización, tanto como dentro de la empresa o por fuera.

Variable: Procesos logísticos

Según Ballou, R. (2014). Señala que los procesos logísticos constituyen la sección de la cadena de suministro encargada de coordinar y supervisar el almacenamiento eficiente y efectivo de bienes y servicios. Proporciona información desde el origen hasta llegar al consumidor final con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes.

Francese, A. (2005). Menciona que la logística es la ciencia que estudia las mercancías, información en el tiempo y la distancia de manera eficiente, teniendo en cuenta la organización estratégica de sus actividades, gestionando los flujos de materiales e informaciones internos y externos adecuándose a la oferta y demanda del mercado, incluyendo todas las operaciones necesarias para mantener la productividad desde el área de compras hasta la distribución física.

Anaya, J. (2007). Expone que la logística engloba todas las actividades relacionadas con los procesos logísticos de adquisición, producción, almacenamiento y distribución de productos que son gestionados por la empresa. Estas actividades se rigen por dos condiciones fundamentales: maximizar la rapidez en el flujo de los productos y minimizar los costos operativos.

Dimensión 1

Aprovisionamiento: según Gutierrez, A. González, P. (2018). Menciona que toda empresa debe optimizar los costos al máximo para ganar un margen de beneficio alto, para lograr el plan de aprovisionamiento se debe incluir las ciertas actividades relacionadas con las compras, gestión, almacenaje y distribución del bien o servicio, todo ello hará que la empresa se diferencie y sea rentable y competitiva.

Dimensión 2

Inventario: Para los autores Serna, J., González, L., y Aristizabal, A. (2017). Nos dice que el control de inventarios que maneja una empresa tiene por objetivo detallar el orden, verificando la salida y entradas de las mercancías sin ser interrumpidas y a la vez asegurar que las operaciones no se detengan.

Dimensión 3

Almacenamiento: Mientras tanto Calzado, D. (2020). Indica que el almacenamiento se caracteriza por definir de manera específica las ubicaciones y cantidades de los productos, manteniendo condiciones de seguridad y limpieza. Esto se realiza con el propósito de evitar que afecten los procesos de distribución de la empresa.

Dimensión 4

Transporte: Por último, Sáenz, V. (2018). Menciona que los transportes trasladan todo tipo de mercancías con una planificación previa para organizar las rutas y entregar las cantidades correspondientes a los clientes con el menor tiempo posible asegurando su protección para que no sufran daños o alteraciones.

Variable: Comercialización

Según Mankin, G. (2008). Afirma que la comercialización implica la planificación y supervisión de bienes y servicios para impulsar el desarrollo de un producto, asegurando que llegue al destino correcto con el monto y cantidad acordados, a un precio justo. Esto garantiza una venta más rentable.

Mientras tanto, Kotler, P., Armstrong, G. (1995). Nos dice que la comercialización es un proceso que incluye cuatro aspectos fundamentales, cuando, donde, a quien, como, en definición el cuándo se refiere al momento en donde entregas el producto, el dónde es la ubicación estratégica, el a quien pertenece al consumidor final, y por último el cómo se hace referencia a las estrategias que se utilizan para que el producto se introduzca en el mercado.

Por último, Castellano, C. (2008). Hace referencia que la comercialización es el intercambio de bienes que satisfacen la necesidad de los consumidores, para ello se organiza y planifica una serie de actividades que permitan que el producto llegue a los consumidores o clientes que conforman el mercado nacional o internacional.

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

3.1.1 Tipo de Investigación

La investigación fue de tipo básica ya que se centró en la aplicación de conocimientos previos para abordar problemas, ya que esto depende de los resultados obtenidos. Vargas, Z. (2018). Menciona que la investigación aplicada usa conocimientos adquiridos que busca la sistematización para resolver problemas, por lo tanto, se considera explorar teorías científicas validadas para solucionar problemas prácticos respecto a las teorías asociadas.

3.1.2 Diseño de Investigación

El estudio se clasificó como diseño transversal y no experimental, dado que las categorías no experimentaron ningún tipo de cambio, ya que las investigaciones que se realizan no se pueden manipular solo observar para ser analizados. Para Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). Se nos indica que, en este diseño específico, se recopilan datos en un período definido con la intención de describir las variables. Por lo tanto, esta investigación está bajo la ruta cuantitativa por que se cuenta con dos variables: Procesos logísticos y comercialización las cuales fueron objeto de estudios para dar respuesta al problema planteado probando las hipótesis establecidas. Niño, Victor. (2019). Sostiene que el diseño descriptivo implica el examen detallado de un objeto, revelando su realidad, sus componentes, clases, categorías o relaciones existentes entre diferentes objetos. El propósito es clarificar una única verdad, respaldando afirmaciones o verificando hipótesis. Y según el autor Mejía, T. (2017). Afirma que el diseño correlacional es encontrar la asociación entre las dos variables, el propósito principal es utilizar esa relación averiguando que las variables están conectadas entre sí, como ya se mencionó esta investigación busca analizar la asociación que existe entre los procesos logísticos y la comercialización en un momento determinado.

3.2 Variables y operacionalización

Se consideraron las dos variables propuestas: Procesos logísticos y comercialización, estas dos variables se estudiarán cada una a través de sus

dimensiones de acuerdo al estudio de los autores Francese: Procesos logísticos con sus dimensiones (1) Aprovechamiento, (2) Inventario, (3) Almacenamiento, (4) Transporte y Kotler: Comercialización con sus dimensiones. (1) ventas, (2) mercado potencial.

3.3 Población, muestra y muestreo

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). Nos dice que la población es considerada como un conjunto finito o infinito que tienen características iguales definidas. La población son las 30 personas que laboran en el departamento logístico de la empresa del distrito de Chaclacayo, año 2023. Para el estudio se tuvo en cuenta los siguientes criterios: (1) Que pertenezcan a la empresa, (2) Que trabajen dentro del área logística. Para la presente investigación se utilizó la muestra de tipo censal. Según Arias, G. (2006). Menciona que la muestra son todas aquellas unidades que se consideran para una investigación, ya que pertenecen a un grupo definido con características similares. Para el presente proyecto se utilizó a 30 personas que laboren y pertenezcan al área logística de la empresa de cartón corrugado, chaclacayo, 2023.

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para recopilar los datos que se exhiben en la investigación se realizó una serie de encuestas a los individuos que trabajan en la compañía de cartón corrugado ubicada en el distrito de Chaclacayo. Según Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). Menciona que la recopilación de datos es un método que hace que las personas nos brinden respuesta a través de las preguntas que se les realice para luego ser tomadas en cuenta en la investigación. En cuanto al instrumento se utilizó el cuestionario por que recoge información de manera ordenada obteniendo la respuesta de manera sencilla afirma López, P. y Fachelli, S. (2015).

Para validar el instrumento se llevó a cabo mediante la evaluación de expertos con conocimientos en el área de estudio realizando las observaciones durante todo el proceso en donde identifiquen las fortalezas y debilidades del proyecto de investigación. Según Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). Afirma que la

confiabilidad es la comprobación de que un instrumento, al aplicarse repetidamente, arroja resultados consistentes. En el caso del instrumento de procesos logísticos, el coeficiente de alfa de Cronbach fue de 0.925, mientras que para el instrumento de la variable de comercialización fue de 0.948.

<u>Docente Experto</u>	<u>Puntaje</u>
Docente 1	80%
Docente 2	85%
<u>Docente 3</u>	<u>85%</u>

3.5 Procedimiento

Para el estudio se tomó la variable independiente y dependiente en donde se realizó una matriz operacional definiendo sus dimensiones, por tanto, al medir las variables se realizaron cuestionarios las cuales eran aplicada a los Gerentes, Sub Gerente, Supervisores y empleados. Con esa información coleccionada con respuestas tipo Likert (de 1 a 5) se procesa la información para la obtención de resultados.

3.6 Método de análisis de datos

La presente investigación procesa la información bajo el instrumento empleado el programa estadístico SPSS v27, el cual permitió recabar información sobre los resultados para luego ser interpretados a través de la estadística descriptiva e inferencial. Descriptiva con tabla de frecuencias y gráficas, según dimensiones. Inferencial con tabla de correlaciones utilizando el estadístico R.

3.7 Aspectos éticos

En el estudio se recaudó antecedentes tanto nacionales como internacionales para unificar la información brindada, debemos resaltar que se respetaron la propiedad intelectual de cada autor, teniendo en cuenta las normas actualizadas del manual APA 7ma edición. Este trabajo se llevó a cabo cumpliendo con todos los requerimientos solicitados académicamente por la Universidad César Vallejo.

IV. RESULTADOS

4.1 Análisis descriptivo

Análisis Univariado

Tabla 1

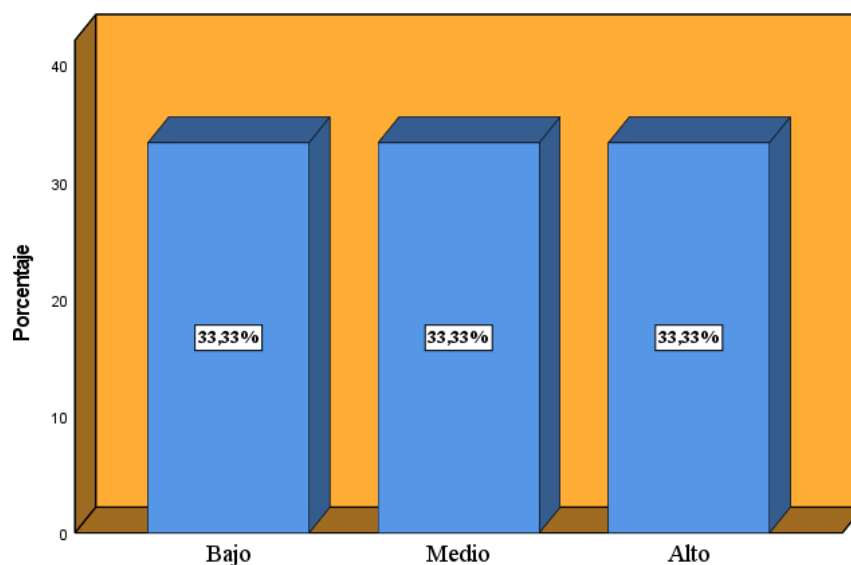
Distribución de frecuencias y porcentajes de la variable Procesos Logísticos

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	10	33,3%	33,3%	33,3%
Medio	10	33,3%	33,3%	66,7%
Alto	10	33,3%	33,3%	100%
Total	30	100%	100%	

Elaboración Propia

Figura 1

Distribución de frecuencias y porcentajes de la variable Procesos Logísticos



De acuerdo con los datos obtenidos, se determinó que el nivel de la variable procesos logísticos se encuentra en un nivel tanto bajo como medio y alto en igual proporción con un porcentaje de 33,33%. Estos resultados evidencian que la empresa de cartón corrugado tiene que mejorar los procesos logísticos.

Tabla 2

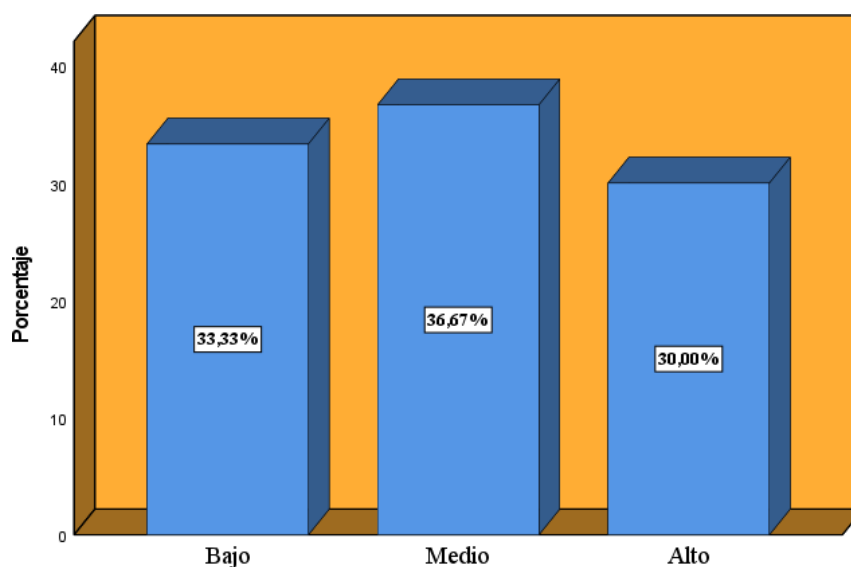
Distribución de frecuencias y porcentajes de la variable Comercialización

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	10	33,3%	33,3%	33,3%
Medio	11	36,7%	36,7%	70,0%
Alto	9	30,0%	30,0%	100%
Total	30	100%	100%	

Elaboración propia

Figura 2

Distribución de frecuencias y porcentajes de la variable Comercialización



Según los datos recopilados, se concluyó que, en relación con el grado de comercialización, los empleados del departamento de logística indicaron que el nivel medio fue el más común, con un 36,67%, seguido por el nivel bajo con un 33,33%, y el nivel alto con un 30%. Estos hallazgos señalan la necesidad de mejoras en el ámbito de la comercialización para la empresa de cartón corrugado.

Tabla 3

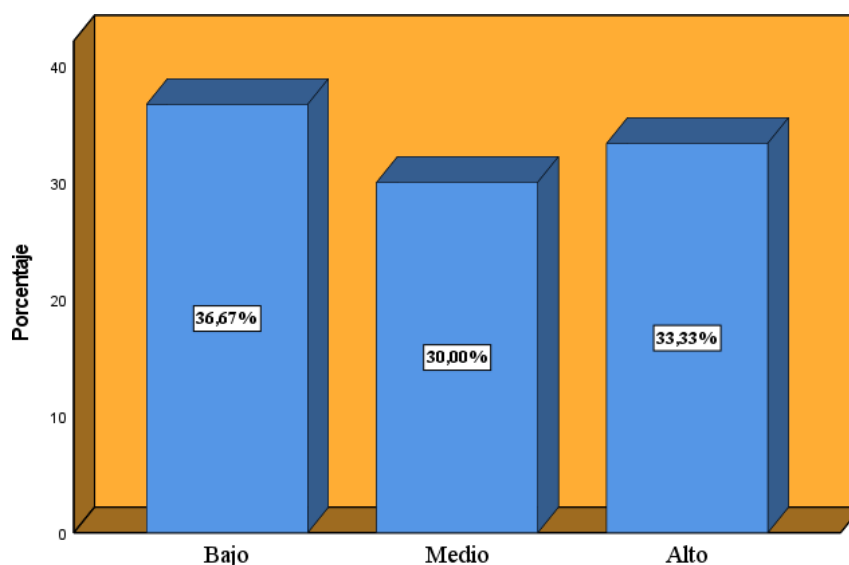
Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión aprovisionamiento

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	11	36,7%	36,7%	36,7%
Medio	9	30,0%	30,0%	66,7%
Alto	10	33,3%	33,3%	100%
Total	30	100%	100%	

Elaboración propia

Figura 3

Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión aprovisamiento



Según los resultados obtenidos, se determinó que el nivel de la dimensión aprovisionamiento de la variable procesos logísticos se encuentra en un nivel bajo con mayor prevalencia con un porcentaje de 36,67%, seguido del nivel alto con 33,33% y medio con 30%. Estos resultados evidencian que la empresa de cartón corrugado tiene que mejorar en el aprovisamiento.

Tabla 4

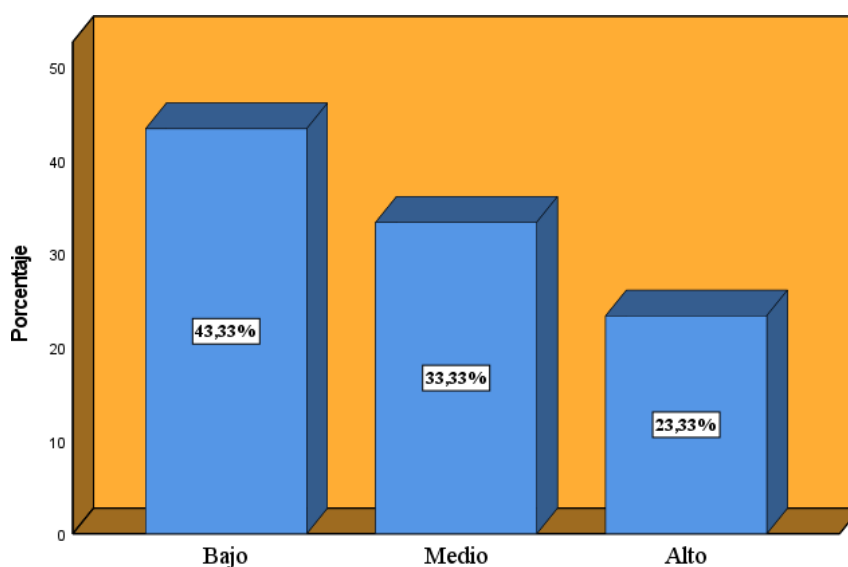
Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión inventario

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	13	43,3%	43,3%	43,3%
Medio	10	33,3%	33,3%	76,7%
Alto	7	23,3%	23,3%	100%
Total	30	100%	100%	

Elaboración propia

Figura 4

Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión inventario



De acuerdo con los datos obtenidos, se determinó que el nivel de la dimensión inventario de la variable procesos logísticos se encuentra en un nivel bajo con mayor prevalencia con un porcentaje de 43,33%, seguido del nivel medio con 33,33% y alto con tan solo un 23,33%. Estos resultados evidencian que la empresa de cartón corrugado tiene que mejorar en el inventario.

Tabla 5

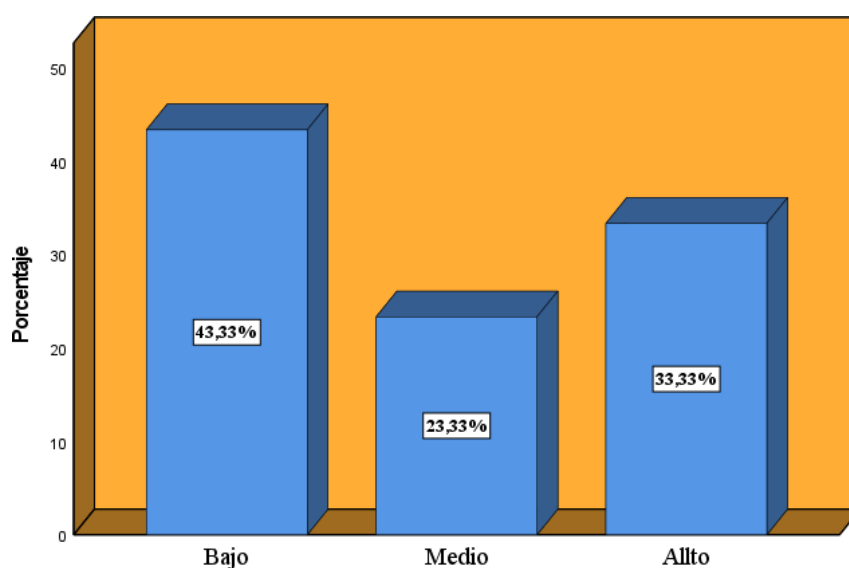
Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión almacenamiento

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	13	43,3%	43,3%	43,3%
Medio	7	23,3%	23,3%	66,7%
Alto	10	33,3%	33,3%	100%
Total	30	100%	100%	

Elaboración propia

Figura 5

Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión almacenamiento



Según la información recopilada, se determinó que el nivel de la dimensión almacenamiento de la variable procesos logísticos se encuentra en un nivel bajo con mayor prevalencia con un porcentaje de 43,33%, seguido del nivel alto con 33,33% y medio con tan solo un 23,33%. Estos resultados evidencian que la empresa de cartón corrugado tiene que mejorar en el almacenamiento.

Tabla 6

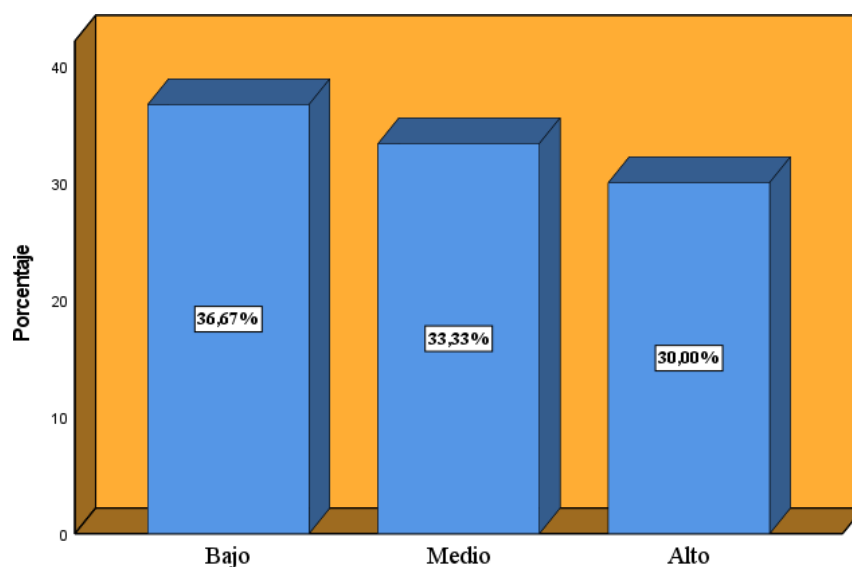
Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión transporte

Niveles	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Bajo	11	36,7%	36,7%	36,7%
Medio	10	33,3%	33,3%	70,0%
Alto	9	30,0%	30,0%	100%
Total	30	100%	100%	

Elaboración propia

Figura 6

Distribución de frecuencias y porcentajes de la dimensión transporte



Según los datos obtenidos, se determinó que el nivel de la dimensión transporte de la variable procesos logísticos se encuentra en un nivel bajo con mayor prevalencia con un porcentaje de 36,67%, seguido del nivel medio con 33,33% y alto con un 30,00%. Estos resultados evidencian que la empresa de cartón corrugado tiene que mejorar en el transporte.

Análisis Bivariado

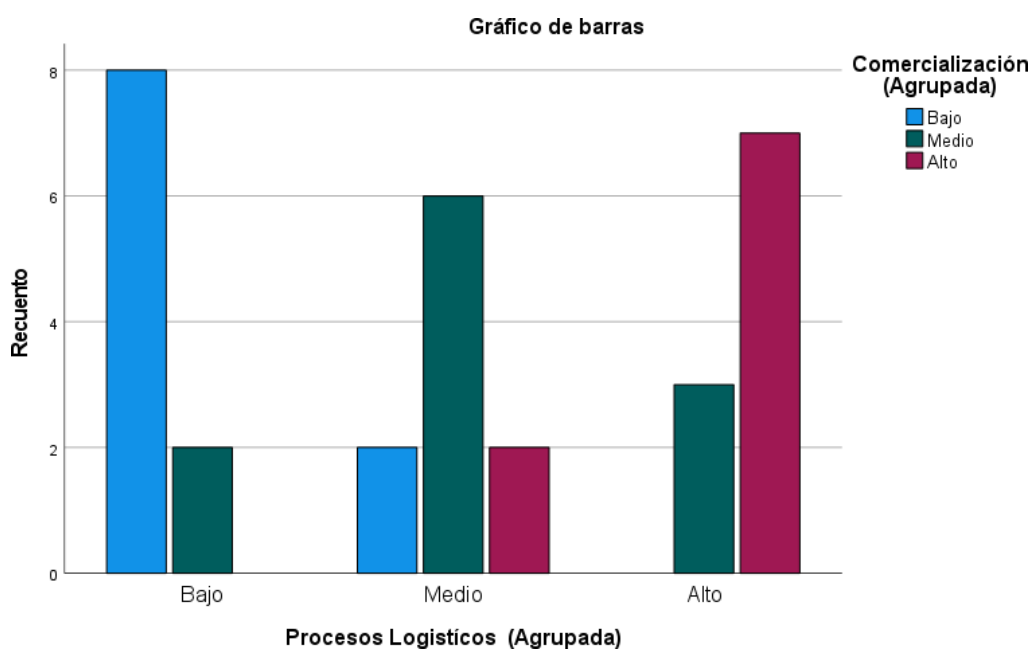
Tabla 7

Análisis bivariado entre los procesos logísticos y la comercialización

			Comercialización			Total
			Bajo	Medio	Alto	
Procesos Logísticos	Bajo	N	8	2	0	10
		%	26,7%	6,7%	0,0%	33,3%
	Medio	N	2	6	2	10
		%	6,7%	20,0%	6,7%	33,3%
	Alto	N	0	3	7	10
		%	0,0%	10,0%	23,3%	33,3%
Total		N	10	11	9	30
		%	33,3%	36,7%	30,0%	100,0%

Figura 7

Análisis bivariado entre los procesos logísticos y la comercialización



De acuerdo con la tabla 7 se observó que el porcentaje mayor recae en la categoría bajo tanto en los procesos logísticos como en comercialización con un 26.7, en base a ello, se puede interpretar que los encuestados presentan como percepción que en la empresa no se realiza un correcto proceso logístico que

permita mejorar la comercialización de la misma.

4.2 Estadística inferencial

Regla de decisión para las pruebas de normalidad

Ho: La variable procesos logísticos y comercialización, siguen una distribución normal

H1: La variable procesos logísticos y comercialización, no siguen una distribución normal

Entonces, donde p sea el nivel de significancia:

- Si p es menor o igual a 0.05, se rechaza la Ho.

Tabla 8

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Procesos Logísticos	0,077	30	0,200*	0,975	30	0,677
Comercialización	0,112	30	0,200*	0,964	30	0,387

En la Tabla 8 se muestran los resultados para verificar si las estadísticas siguen una distribución normal. Se analizó una muestra de 30 personas, y se aplicó la prueba de Shapiro-Wilk debido a que la cantidad de la muestra es inferior a 50. En cuanto al nivel de significancia, se observa que es de 0,677 para la variable de Procesos Logísticos y de 0,387 para la variable de Comercialización. Esto implica que se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula, indicando que se presenta una distribución normal y paramétrica. Por lo tanto, se emplea la prueba de Pearson y se llevan a cabo las correlaciones correspondientes.

Contraste de hipótesis

Hipótesis General:

Ho: No existe relación entre los procesos logísticos y la comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.

Ha: Existe relación entre los procesos logísticos y la comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.

Tabla 9

Correlación entre los procesos logísticos y la comercialización

			Procesos Logísticos	Comercialización
Pearson	Procesos Logísticos	Coef	1,000	0,828**
		p-valor	.	<0,001
		N	30	30
	Comercialización	Coef	0,828**	1,000
		p-valor	<0,001	.
		N	30	30

En la tabla 9 se obtuvo que el coeficiente de Pearson tuvo un valor de $r=0,828$ y una $p\text{-valor}=0,001$, por lo cual, se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Por lo tanto, hay una relación entre los procesos logísticos y la comercialización en una compañía de cartón corrugado en Chaclacayo.

Hipótesis Específica 1:

Ho: No existe relación entre el aprovisionamiento y la comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.

Ha: Existe relación entre el aprovisionamiento y la comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.

Tabla 10

Correlación entre la dimensión aprovisionamiento y la variable comercialización

		Aprovisiona miento	Comercialización
Pearson	Aprovisionamiento	Coef	1,000
		p-valor	<0,001
		N	30
	Comercialización	Coef	0,949**
		p-valor	<0,001
		N	30

Los hallazgos evidenciaron que la prueba de hipótesis fue de $r=0,949$, con una significancia bilateral de $p=0,001$. Como resultado, se acepta la hipótesis alternativa y se descarta la hipótesis nula. Esto indica que hay una correlación entre la dimensión de aprovisionamiento y la variable de comercialización en una empresa de cartón corrugado en Chaclacayo.

Hipótesis Específica 2:

Ho: No existe relación entre el inventario y la comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.

Ha: Existe relación entre el inventario y la comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.

Tabla 11

Correlación entre la dimensión inventario y la variable comercialización

		Inventario	Comercialización
Pearson	Inventario	Coef	1,000
		p-valor	. <0,010
		N	30
	Comercialización	Coef	0,462*
		p-valor	<0,010
		N	30

Basándonos en los datos presentes en la tabla 11, se encontró que el coeficiente de Pearson en la prueba de hipótesis fue de $r=0,462$, con una significancia bilateral de $p=0,010$. Por lo tanto, se acepta la hipótesis alternativa y se descarta la hipótesis nula. En consecuencia, se puede afirmar que hay una correlación entre la dimensión de inventario y la variable de comercialización en una empresa de cartón corrugado en Chaclacayo.

Hipótesis Específica 3:

Ho: No existe relación entre el almacenamiento y la comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.

Ha: Existe relación entre el almacenamiento y la comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.

Tabla 12

Correlación entre la dimensión almacenamiento y la variable comercialización

		Almacena miento	Comercialización
Pearson		Coef	1,000
	Almacenamiento	p-valor	.<0,001
		N	30
		Coef	0,911**
	Comercialización	p-valor	<0,001
		N	30
Coef		1,000	

De acuerdo con los hallazgos, se encontró que el coeficiente de Pearson fue de $r=0,911$, con una significancia bilateral de $p=0,001$. En consecuencia, se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Se puede afirmar que existe una correlación entre la dimensión de almacenamiento y la variable de comercialización en una empresa de cartón corrugado en Chaclacayo.

Hipótesis Específica 4:

Ho: No existe relación entre el transporte y la comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.

Ha: Existe relación entre el transporte y la comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.

Tabla 13

Correlación entre la dimensión transporte y la variable comercialización

		Transporte	Comercialización
Pearson	Transporte	Coef	1,000
		p-valor	. <0,002
		N	30
	Comercialización	Coef	0,544**
		p-valor	<0,002
		N	30

Según los hallazgos obtenidos, el coeficiente de Pearson es igual a 0,544 y un p-valor=0,002, por lo cual, se acepta la hipótesis alternativa y se rechaza la hipótesis nula. Con ello podemos decir que existe una asociación entre la dimensión transporte y la variable comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo.

V. DISCUSIÓN

A continuación, se describen con detalle los descubrimientos derivados del estudio, realizando comparaciones con investigaciones previas de naturaleza similar con el objetivo de llegar a una conclusión consensuada.

En el objetivo general se determinó la relación que existe entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023. Los resultados evidenciaron que el grado de la variable de procesos logísticos se distribuye equitativamente entre niveles bajo, medio y alto, cada uno representando un 33.33%, estos resultados indican la urgencia de optimizar los procedimientos logísticos en la empresa. Para la variable de comercialización, se nota que los empleados del departamento de logística indicaron que el nivel medio prevaleció con mayor frecuencia, representando un 36,67%, seguido por el nivel bajo con un 33,33%, y el nivel alto con un 30%. Estos hallazgos indican la urgencia de perfeccionar las estrategias de comercialización en la empresa especializada en cartón corrugado. Respecto a las conclusiones inferenciales, se obtuvo un $r=0.828$ y un $p\text{-valor}=0.001$, el cual es menor a 0.05. Esto sugiere que existe una relación correlativa entre las variables de procesos logísticos y comercialización en una organización especializada en cartón corrugado.

Se tiene el estudio de Márquez, M., Carmona, G., y Castro, C. (2021), quienes emplearon una metodología de análisis de datos multivariados, Se consigue obtener una visión global y descriptiva de los procesos logísticos en las empresas. El empleo de análisis factorial exploratorio aporta a una comprensión más minuciosa de esos procedimientos, mientras que el análisis factorial confirmatorio valida los factores obtenidos en la muestra de las MIPYMES. Se concluye que todos los valores mencionados se encuentran en un estado de validez en una escala de 0 a 5. Esto facilita una evaluación objetiva de los procesos logísticos, instando a las empresas a concentrarse en mejorar las operaciones de cada proceso propuesto y, de este modo, elevar el rendimiento logístico en su conjunto.

En la investigación de Zuluaga, A., Gómez, R., y Fernández, S. (2014), quienes indicaron como objetivo principal analizar, valorar y sugerir la incorporación de

indicadores en los procedimientos logísticos de la cadena de suministro. Esto permitió abordar el suministro, la gestión de inventario, la producción y la atención al cliente, utilizando un enfoque cuantitativo que conduce al cumplimiento de metas y al fortalecimiento de las posibilidades de respaldo para la cadena de suministro. Se logró concluir que los indicadores propuestos proporcionan la capacidad de evaluar el desempeño de los distintos procesos logísticos en la cadena de suministro, sirviendo como fundamento para la supervisión y seguimiento de los objetivos establecidos, y facilitando la identificación de posibilidades de mejora.

Con respecto al primer objetivo específico, se determinó la relación que existe entre el aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023. Se observó que el porcentaje más común, que es el 36.67%, corresponde a un nivel bajo, seguido por el nivel alto con un 33.33%, y el nivel medio con un 30%. En la prueba para contrastar la hipótesis, se obtuvo una asociación de 0.949 y una significancia bilateral con un valor de $p=0.001$, el cual es menor a 0.05. Esto indica que existe una asociación entre la dimensión de aprovisionamiento y la variable de comercialización en una empresa.

De acuerdo con lo mencionado anteriormente, se tiene a Jara, I. (2021)., quien empleó un cuestionario sobre procesos logísticos, arrojando resultados positivos en cuanto a la recolección de datos de las unidades de análisis. El 62.5% de los participantes calificaron los procesos logísticos como nivel moderado, mientras que un 20% los evaluó como nivel bajo. Se llegó a la conclusión que hay un bajo rendimiento en cada uno de los procedimientos, lo cual afecta negativamente el alcance de la empresa. Por esta razón, se han implementado programas de capacitación destinados al personal del almacén con el objetivo de mejorar sus conocimientos. Además, se ha introducido información que propicie la mejora continua de los procesos.

Asimismo, se tiene a Cobas, D., Martínez, G., Delgado, N., y Díaz, M. (2017), en conclusión, los análisis efectuados indicaron que la cadena de suministro no funcionaba adecuadamente, generando insatisfacción entre los clientes. Por este motivo, se idearon estrategias adaptadas a las necesidades y preferencias de los consumidores. Se mejoró la organización de las rutas de transporte con

el objetivo de reducir los costos en un 2.53%, lo que se traduce en una disminución del 56.66% en los costos totales.

Respecto al segundo objetivo específico, se determinó la relación que existe entre el inventario y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023. Los resultados descriptivos revelaron que se ubicó mayoritariamente en un nivel bajo, representando un 43,33%, seguido por el nivel medio con un 33,33%, y el nivel alto con solo un 23,33%. Asimismo, el coeficiente de Pearson en la prueba de contraste de la hipótesis fue de $r=0,462$, con una significancia bilateral de $p=0,010$, un valor inferior a 0,05. Por lo tanto, se puede afirmar que hay una asociación entre la comercialización y la dimensión de inventario.

En el estudio de Guardia, J., Saavedra, D., y Villena, J. (2017), como resultado, se logró optimizar y categorizar los costos, seguido de una inversión en recursos internos de la empresa. Se logró concluir que los gastos representan una inversión mínima en comparación con el gasto logístico y general de la empresa. El período de implementación es corto, solo seis meses, y los ingresos exceden los gastos, generando flujos de ingresos positivos durante la fase de implementación. Esto no solo recupera la inversión inicial, sino que también resulta en ganancias para la empresa.

Para el tercer objetivo específico, se determinó la asociación que existe entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023. Acorde a sus resultados descriptivos, se evidenció que se sitúa predominantemente en un nivel bajo, siendo este el más frecuente con un porcentaje del 43,33%, seguido por el nivel alto con un 33,33%, y el nivel medio con tan solo un 23,33%. Asimismo, se tuvo como resultados inferenciales, Se evidenció una asociación de 0,911 y una significancia bilateral con un valor de $p=0,001$, que es inferior a 0,05. Por lo tanto, se afirmó que hay una asociación entre el almacenamiento y la comercialización en una empresa.

En el estudio de Acuña, V., Chicoma, R., Delgado, j., Silva, C., y Mego, O. (2018), se determinó que los empleados están familiarizados con el sistema de procesos logísticos de la empresa HYM, lo que les permite gestionar el control de inventario en los almacenes. Esta práctica resulta en la satisfacción de los

clientes al encontrar los productos más solicitados disponibles durante el proceso de compra y distribución.

Finalmente, en el cuarto objetivo general, se determinó la asociación que existe entre el transporte y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023. De acuerdo con los resultados descriptivos, se sitúa principalmente en un nivel bajo, siendo este el más común con un porcentaje del 36,67%, seguido por el nivel medio con un 33,33%, y el nivel alto con un 30,00%. También, se registró un coeficiente de asociación de 0,544 y un p-valor =0,002, que es inferior a 0,05. Por lo tanto, se establece que existe una relación entre la dimensión de transporte y la variable de comercialización en una empresa.

Se tiene el estudio de Domínguez, C., Villanueva, J. (2021), quienes emplearon una metodología de carácter descriptivo. El estudio se llevó a cabo mediante encuestas a los empleados de la empresa, revelando que los procesos logísticos actuales se situaban en un 80%, mientras que los niveles de estrategias de selección de proveedores alcanzaron el 85%, las estrategias administrativas un 80%, y, por último, la gestión logística un 75%. La conclusión extraída es que la implementación del plan de gestión de la cadena de suministro mejorará los procesos logísticos, posibilitando la formulación de estrategias para la planificación y organización en recepción, almacenamiento, movimiento de mercancías e información.

VI. CONCLUSIONES

1. Se concluye que, la variable de procesos logísticos se reparte de manera uniforme entre niveles bajo, medio y alto, cada uno correspondiendo al 33,33%. Para la variable comercialización se evidenció que se encuentra en un nivel medio representado por un 36.67%. Asimismo, se observó una asociación positiva directa de correlación alta con un valor de 0.828 entre los procesos logísticos y la comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023.
2. Se concluye que, el porcentaje más común fue del 36,67%, el cual se asocia con un nivel bajo. Se logró presenciar una asociación directa de correlación muy alta con un valor de 0.949 entre el aprovisionamiento y la variable de comercialización de una empresa de cartón corrugado.
3. Se concluye que, el porcentaje más común fue del 43,33%, el cual se asocia con un nivel bajo. Se logró presenciar una asociación directa de correlación media con un valor de 0.462 entre el inventario y la variable de comercialización de una empresa de cartón corrugado.
4. Se concluye que, el porcentaje más común fue del 43,33%, el cual se asocia con un nivel bajo. Se logró presenciar una asociación directa de correlación muy alta con un valor de 0.911 entre el almacenamiento y la variable de comercialización de una empresa de cartón corrugado.
5. Se concluye que, el porcentaje más común fue del 36,67%, el cual se asocia con un nivel bajo. Se logró presenciar una asociación directa de correlación media con un valor de 0.544 entre el transporte y la variable de comercialización de una empresa de cartón corrugado.

VII. RECOMENDACIONES

Se sugiere llevar a cabo una evaluación minuciosa de los procesos logísticos y de comercialización en la empresa de cartón corrugado, con el propósito de detectar oportunidades para mejorar y aumentar la eficiencia. Para los procesos logísticos, se sugiere optimizar la gestión de inventarios, mejorar la planificación de rutas de transporte y fortalecer la coordinación interna entre los diferentes departamentos involucrados. En cuanto a la comercialización, se podría explorar estrategias de marketing más efectivas, realizar estudios de mercado para comprender las demandas de los clientes y diversificar la oferta de productos según las preferencias del mercado. Además, la implementación de tecnologías innovadoras para la gestión logística y la promoción de la marca podría contribuir significativamente al rendimiento general de la empresa.

Se sugiere mejorar la gestión del suministro en la empresa a través de una eficiente administración de la cadena de suministro. Esto implica desarrollar relaciones sólidas con proveedores estratégicos, anticipar y monitorear de manera proactiva las necesidades de materiales, así como explorar posibilidades para diversificar las fuentes de suministro.

Se recomienda mejorar la gestión del inventario en la empresa mediante la implementación de un sistema eficiente de control y seguimiento. Esto incluye la utilización de tecnologías avanzadas de gestión de inventarios que permitan una visibilidad en tiempo real, optimizando así la reposición de existencias y reduciendo posibles pérdidas por obsolescencia o agotamiento de productos.

Se recomienda optimizar las operaciones de almacenamiento en la empresa mediante la implementación de prácticas eficientes de gestión de almacén. Esto abarca la estructuración ordenada de los inventarios, la aplicación de tecnologías contemporáneas para el monitoreo, y la disposición estratégica de productos en el almacén con el fin de facilitar el acceso y mejorar la eficiencia en el proceso de preparación de pedidos.

Se sugiere perfeccionar las actividades de transporte en la empresa a través de una logística eficaz y sostenible. Esto implica optimizar las rutas con el objetivo de disminuir costos y tiempos de entrega, considerar alternativas de transporte

más amigables con el medio ambiente, y adoptar tecnologías de seguimiento en tiempo real para aumentar la visibilidad en la cadena de suministro.

REFERENCIAS

- Aguilera, C. (2000). *Un enfoque Gerencial de la teoría de las Restricciones*.
Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/212/21207704.pdf>.
- Alcides, G. (2022, 15 julio). *Diseño de mejora del sistema logístico para disminuir costos logísticos en una empresa de confitería Cajamarca 2020*.
<https://hdl.handle.net/11537/31670>.
- Alcocer P., Knudsen J. (2019). *Desempeño Integral de los procesos logísticos*.
Ecuador: La Habana. Recuperado de:
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362019000100078&lang=es.
- Anaya, J.(2007). *Logística Integral: La gestión operativa de la empresa*.
Recuperado de:<https://docs.google.com/document/d/1112QEYDUOd1LVN3BYzLWZQjg5Pv7BDQt/edit>.
- Arango. M., Gómez. C., Serna. Conrado. (2017). *Modelos logísticos aplicados en distribuidora urbana de mercaderías*. Recuperado de:http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1794-12372017000200057&lang=es.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica (6ta ed.)*. Venezuela: Editorial Episteme. Recuperado de:
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf-1.pdf>.
- Arrojo, D. (2019). *Modelo de gestión por procesos de la distribución para la mejora del servicio de entregas en una empresa de comercialización masiva*. Recuperado de:
http://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/10459/Arrojo_cd.pdf?sequence=3&isAllowed=y.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales (3ra ed.)*. Colombia: Recuperado de:
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>.

- Calzado, D. (2020). *La gestión logística de almacenes en el desarrollo de los operadores logísticos*. Ciencias Técnicas, 55. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181562407005>.
- Cancela G., Cea, R., Galindo, N., Guido, S. (2010). *Metodología de la Investigación Educativa: Investigación ex post facto*. Universidad Autónoma de Madrid. 2010, p. 8. Recuperado de: <https://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2018/04/investigacion-correlacional.html>.
- Castellanos, A. (2012, enero 19). *Marketing, comercialización y orientación al mercado. Definición y tendencias principales*. Recuperado de: <https://www.gestiopolis.com/marketing-comercializacion-orientacion-mercado-definicion-tendencias-principales/>.
- Castillo D. (2015). *Diseño de un modelo de gestión de logística integral para la división cartón de la empresa papelera*. Recuperado de Perú: Lima. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/10079/1/102T0119.pdf> f.
- Chong, M. (2017). *Mejora en el proceso de distribución en una empresa de Empaques (Trupal)*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11354/1988>.
- Chumacero Botet, I. (2010). *Sistema de Calidad Total. Metodología y ejemplo de aplicación a Empresas*. Revista de Arquitectura e Ingeniería, 84. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/1939/193915954005.pdf>.
- Covas-Varela, D. (s. f.). *Mejora de procesos logísticos en la comercializadora agropecuaria Cienfuegos*. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362017000200010.
- Edward J, H. (1987). *Justo a Tiempo: La Técnica Japonesa que generas mayor ventaja competitiva*. Bogotá: Editorial Norma SA. Recuperado de: <https://germanchan.files.wordpress.com/2014/11/libro-2-justo-a-tiempo.pdf>.
- Fernández. V., (2020). *Tipos de justificación en la investigación científica*. Recuperado

de:<http://espirituemprendedores.com/index.php/revista/article/view/207/275>.

Francese, Antón. (2005). *Logística del transporte*. Recuperado de https://books.google.com.pe/books?id=U2j7vXvS_rcCyprintsec=frontcoveryh1=esysource=gbs_ge_summary_rycad=0#v=onepageyqyf=false.

Goldratt, E. (2000). Libro. *Introducción a la Teoría de Restricciones (TOC)*. Recuperado de: <http://estrategiafocalizada.com/enfoque/INTRODUCCION%20TOC.pdf>.

Gracia, G., Vázquez, P., Albertón, E., y Jaime, J. (2010). *Teoría de las restricciones aplicada en la planificación de la producción en una planta de terminación*. Recuperado de: <https://www.aaqtic.org.ar/pdf/restricciones-Guzman.pdf>

Guardia., Saavedra, D., Villena, J.(2017) *Mejora en el proceso de distribución en una empresa de empaque*. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11354/1988>.

Gutiérrez, C., y González, P. (2018). *Logística de aprovisionamiento*. Recuperado de: <https://www.sintesis.com/data/indices/9788491711780.pdf>.

Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. (7a ed.) México: Mcgraw-Hill Interamericana editores S.A. de C.V. Recuperado de: <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>.

Kotler, P., Armstrong, G. (1995). *Fundamentos de Marketing*. Pearson Educación. Sexta edición. Recuperado de:[https://books.google.com.pe/books?hl=esylr=yid=sLJXV_z8XC4Cyoifndypg=PA9ydq=Kotler,+Philip+\(1995\).+Fundamentos+de+Marketing.+Pearson+Educaci%C3%B3n.yots=lfOn3fK7Uoysig=-52wFA6EuY2ieop_T2mPQKLSxsQ#v=onepageyq=Kotler%2C%20Philip%20\(1995\).%20Fundamentos%20de%20Marketing.%20Pearson%20Educaci%C3%B3n.yf=false](https://books.google.com.pe/books?hl=esylr=yid=sLJXV_z8XC4Cyoifndypg=PA9ydq=Kotler,+Philip+(1995).+Fundamentos+de+Marketing.+Pearson+Educaci%C3%B3n.yots=lfOn3fK7Uoysig=-52wFA6EuY2ieop_T2mPQKLSxsQ#v=onepageyq=Kotler%2C%20Philip%20(1995).%20Fundamentos%20de%20Marketing.%20Pearson%20Educaci%C3%B3n.yf=false).

- López, G. (2021). *Logística. Gestión de compras, almacenes y transporte. gestiopolis*. <https://www.gestiopolis.com/logistica-gestion-compras-almacenes-transporte/>.
- Maldonado, A. (2018, 22 enero). *Gestión de Proceso*. www.academia.edu. Recuperado de: https://www.academia.edu/35731747/GESTI%C3%93N_DE_PROCESO_S.
- Maldonado, J., (2018). *Gestión de Procesos*. Recuperado de: https://www.academia.edu/35731747/GESTI%C3%93N_DE_PROCESO_S.
- MANKIW, Gregory. *Principios de economía*. 1ra ed. España Madrid: Editorial Mc Graw Hill, 2008. 400 p. ISBN: 84-481-1422-1. Recuperado de: <https://clea.edu.mx/biblioteca/files/original/bd2711c3969d92b67fcf71d844bcbaed.pdf>.
- Mazo, Z., Montoya, G., y Henao, S. (2014). *Indicadores logísticos en la cadena de suministro como apoyo al modelo scor. Indicadores logísticos en la cadena de suministro como apoyo al modelo Scor*, 8(15), 90. Recuperado de: <https://doi.org/10.21676/23897848.832>.
- Mendoza, L., y Vega Palomino, M. (2014). *TEORÍA DE LAS RESTRICCIONES Y PROCESO DE MEJORA CONTINUA VS METODOLOGÍA JUSTO A TIEMPO (JIT) Y COSTOS ABC*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6578968>.
- Mora, A., (n.d.). *Los Indicadores claves del desempeño logístico*. Recuperado de: https://www.fesc.edu.co/portal/archivos/e_libros/logistica/ind_logistica.pdf.
- Mora, L., (2018). *Gestión Logística integral*. Recuperado de: <https://www.ecoediciones.mx/wp-content/uploads/2016/12/Gestion-logistica-integral-2da-Edici%C3%B3n.pdf>.
- RONALD, B. (2004). *La logística de administración en la cadena de suministros*. Recuperado de: <https://laclasedotblog.files.wordpress.com/2018/05/logist>

[ica administracion de la cadena de suministro 5ta edicion -
_ronald h- ballou.pdf.](#)

Sáenz de Miera, V. (2018). *Transporte Internacional de mercancías*. Editorial Síntesis S. A., 115. Recuperado de: <https://www.sintesis.com/data/indices/9788491711698.pdf>.

Serna, A., Marín, A., y Urán, U. (2018). *MODELOS LOGÍSTICOS APLICADOS EN LA DISTRIBUCIÓN URBANA DE MERCANCÍAS*. *Revista EIA*, 14(28), 57-76. Recuperado de: <https://doi.org/10.24050/reia.v14i28.1055>.

Serrat, D. (2005). *La logística Empresarial en el nuevo Milenio*. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=nqklVoHP7UCyprintsec=copyright#v=onepageqyf=false>.

Soret. I. (2019). *Logística y Marketing para la distribución comercial*. Recuperado de: <https://books.google.com.cu/books?id=fFUfMBIkmcECyprintsec=frontcover#v=onepageqyf=false2019>.

Torres, J., Briñez, M., Romero, V., (2017). *Políticas de servicio para la gestión logística en las empresas de comercialización de crudo natural*. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6219233>.

ANEXOS

Anexo 1.

Matriz de consistencia

MATRIZ DE CONSISTENCIA							
Título: Procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023							
Autor: Caballero Galan Marisol							
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
Problema General ¿Cuál es la relación que existe entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?	Objetivo General Determinar la relación que existe entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023	Hipótesis General Existe relación entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023 Hipótesis Específicas:	Variable 1: Procesos logísticos			Niveles o rangos Ordinal	
			Dimensiones	Indicadores	Ítems		Escala de medición
			Aprovisionamiento	Gestión de pedido	1; 2		Escala de Likert (1) Nunca
				Gestión de stock	3; 4		
			Inventario	Mercancías recibidas	5;6;7		(2) Casi nunca
Pedidos recibidos por horas	8;9	(3) A veces					

<p>Problemas específicos:</p> <p>Problema específico 1</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?</p> <p>Problema específico 2</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el inventario y comercialización de una empresa</p>	<p>Objetivos específicos:</p> <p>Objetivo específico 1</p> <p>Determinar la relación que existe entre el aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p>	<p>Hipótesis específica 1</p> <p>Existe relación entre el aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Hipótesis específica 2</p> <p>Existe relación entre el inventario y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Hipótesis específica 3</p>	Almacenamiento	Exactitud de inventario	10:11	(4) Casi siempre	
			Tiempo de almacenamiento	12;13	(5) Siempre		
	Transporte		Cantidad de mercancía que transporta la unidad	14;15			
			Número de rutas	16;17			
Variable 2: Comercialización							
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Niveles o rangos
			Ventas	Oferta	1;2;3	Escala de Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces	Ordinal
				Demanda	4;5,6		
				Rentabilidad	7;8		
			Mercado Potencial	Comportamiento	9;10		
				Consolidación			

<p>de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?</p> <p>Problema específico 3</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?</p> <p>Problema específico 4</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el transporte y comercialización de una empresa</p>	<p>Chaclacayo, 2023.</p> <p>Objetivo específico 3</p> <p>Determinar la relación que existe entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Objetivo específico</p> <p>Determinar la relación que existe entre el transporte y comercialización de una empresa de cartón</p>	<p>Existe relación entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.</p> <p>Hipótesis específica 4</p> <p>Existe relación entre el transporte y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.</p>			11;12	(4) Casi siempre (5) Siempre	
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	-------	---------------------------------	--

de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?	corrugado, Chaclacayo, 2023						
Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos				Estadística a utilizar	
<p>Tipo: básico, cuantitativo</p> <p>Alcance: Descriptivo - Correlacional</p> <p>Diseño: No experimental transversal</p>	<p>Población: son las personas que laboran en el área logística de la empresa del distrito de Chaclacayo, año 2023. Para el estudio se tuvo en cuenta los siguientes criterios: (1) Que pertenezcan a la empresa, (2) Que trabajen dentro del área logística.</p> <p>Tipo de muestreo: No probabilístico por conveniencia</p>	<p>Variable 1: Procesos logísticos</p> <p>Técnicas: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autores: Francese</p> <p>Año: 2005</p> <p>Monitoreo: Procesos logísticos</p> <p>Ámbito de Aplicación: Área logística de la empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Forma de Administración: Grupal</p>				<p>DESCRIPTIVA:</p> <p>Ingresar las respuestas del cuestionario en una matriz de Excel que se exportará al programa estadístico SPSS el cuál brindará el alfa de Cronbach que indica el grado de confiabilidad del instrumento.</p>	

<p>Método: Hipotético Deductivo</p>	<p>Tamaño de muestra. Se utilizarán 30 personas que laboren y pertenezcan al área logística de la empresa de cartón corrugado, chaclacayo, 2023.</p>	<p>Variable 2: Comercialización</p> <p>Técnicas: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autor: Kloter</p> <p>Año: 1995</p> <p>Monitoreo: Comercialización</p> <p>Ámbito de Aplicación: Área logística de la empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Forma de Administración: Grupal</p>	<p>INFERENCIAL:</p> <p>Se usará el estadístico Rho de spearman para conocer la asociación lineal de las variables cuantitativas y nivel de significancia con el fin de alcanzar los objetivos y afirmar las hipótesis nula o alterna de la presente investigación</p>
----------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Anexo 2.

Variables y operacionalización: Procesos Logísticos y Comercialización

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	Instrumento
Procesos Logísticos	Francese, A. (2005). Menciona que la logística es la ciencia que estudia las mercancías, información en el tiempo y la distancia de manera eficiente, teniendo en cuenta la organización estratégica de sus actividades, gestionando los flujos de materiales e informaciones internos y externos adecuándose a la oferta y demanda del mercado, incluyendo todas las operaciones	Medición por cuestionario	Aprovisionamiento	Gestión de Pedido	Ordinal	Cuestionario
				Gestión de Stock		
			Inventario	Mercancías recibidas		
				Pedido recibido por horas		
			Almacenamiento	Exactitud de inventario		
				Tiempo de almacenamiento		
			Transporte	Cantidad de mercancía que transporta cada unidad		

	necesarias para mantener la productividad desde el área de compras hasta la distribución física. (p.13).			N° rutas realizadas		
Comercialización	Mientras tanto, Kotler, P., Armstrong, G. (1995). Nos dice que la comercialización es un proceso que incluye cuatro aspectos fundamentales, cuando, donde, a quien, como, en definición el cuándo se refiere al momento en donde entregas el	Medición por cuestionario	Ventas	Oferta		
				Demanda		
				Rentabilidad		
				Comportamiento		

	<p>producto, el dónde es la ubicación estratégica, el a quien pertenece al consumidor final, y por último el cómo se hace referencia a las estrategias que se utilizan para que el producto se introduzca en el mercado. (p.26).</p>		<p>Mercado Potencial</p>	<p>Consolidación</p>		
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------	----------------------	--	--

Anexo 3.

Instrumentos

CUESTIONARIO DE PROCESOS LOGÍSTICOS

Instrucciones: Luego de haber sido informado adecuadamente del propósito del presente cuestionario acerca de los procesos logísticos, se le agradece encarecidamente por su colaboración. Se le invita, además, a participar respondiendo cada una de las preguntas planteadas marcando un casillero por pregunta según la escala que será formulada a continuación:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

CUESTIONARIO 01 – PROCESOS LOGÍSTICOS						
N°	DIMENSIÓN: Aproveccionamiento	ESCALA DE MEDICIÓN				
		1	2	3	4	5
1	Los procesos de aprovisionamiento se ajustan a las necesidades cambiantes de la empresa.					
2	El personal encargado de compras, tiene un plan adecuado para la gestión de stock.					
3	La calidad de los productos recibidos de los proveedores es consistente.					
4	La documentación y el registro de los procesos de aprovisionamiento son precisos y completos.					
	DIMENSIÓN: Inventario					
5	Los registros de inventario se actualizan regularmente y son precisos.					
6	Se realizan análisis de tendencias y pronósticos para mejorar la gestión de inventario.					
7	Los niveles de inventario se mantienen en equilibrio para evitar excesos o faltantes.					
8	Los proveedores entregan productos de acuerdo con nuestras necesidades de inventario.					
9	La rotación de inventario se gestiona de manera eficiente.					
	DIMENSIÓN: Almacenamiento					
10	Los productos se almacenan de manera					

	organizada y accesible.					
11	Las condiciones de almacenamiento (temperatura, humedad, etc.) se controlan adecuadamente.					
12	El personal de almacenamiento está capacitado para llevar a cabo sus funciones de manera efectiva.					
13	Se realizan inspecciones regulares para garantizar la integridad de los productos almacenados.					
	DIMENSIÓN: Transporte					
14	La flota de vehículos de transporte se mantiene en buen estado y es confiable.					
15	Se realizan evaluaciones periódicas de los vehículos para garantizar su rendimiento.					
16	Los tiempos de entrega de nuestros productos son consistentemente cumplidos en las diferentes rutas en la distribución.					
17	Los empleados de transporte están capacitados adecuadamente para las diferentes rutas en la distribución.					

CUESTIONARIO DE COMERCIALIZACIÓN

Instrucciones: Luego de haber sido informado adecuadamente del propósito del presente cuestionario acerca de la comercialización, se le agradece encarecidamente por su colaboración. Se le invita, además, a participar respondiendo cada una de las preguntas planteadas marcando un casillero por pregunta según la escala que será formulada a continuación:

Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
1	2	3	4	5

CUESTIONARIO 02 – COMERCIALIZACIÓN						
N°	DIMENSIÓN: VENTAS	ESCALA DE MEDICIÓN				
		1	2	3	4	5
1	La empresa mide y evalúa regularmente el rendimiento de ventas.					
2	La empresa se adapta de manera ágil a las cambiantes condiciones del mercado.					
3	El seguimiento y cumplimiento de los contratos de ventas se realiza de manera efectiva.					
4	La empresa utiliza estrategias de fidelización de clientes para mantener relaciones a largo plazo.					
5	La empresa tiene una estrategia de precios clara y competitiva de acuerdo con la demanda.					
6	La empresa alcanza consistentemente sus objetivos de ventas y metas de ingresos de acuerdo con la demanda proyectada.					
7	Los costos operativos se controlan eficientemente para maximizar la rentabilidad.					
8	La empresa toma decisiones estratégicas que mejoran la rentabilidad a largo plazo.					
	DIMENSIÓN: MERCADO POTENCIAL	ESCALA DE MEDICIÓN				
9	La empresa ha identificado claramente los segmentos de mercado con mayor potencial de crecimiento.					

10	Existe una comunicación efectiva con clientes potenciales para generar interés en nuestros productos					
11	Existen estrategias de entrada al mercado que nos permite aprovechar nuevas oportunidades de negocio.					
12	La empresa mantiene un monitoreo constante de la competencia y ajusta sus tácticas en relación a ello.					

Anexo 4.

FORMATO PARA LA OBTENCIÓN DEL CONSENTIMIENTO INFORMADO

RESOLUCIÓN DEL VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN N° 062-2023-VI-UCV

Título de la investigación: Procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023

Investigador (a) (es): Marisol Caballero Galan

Propósito del estudio

Le invitamos a participar en la investigación titulada “Procesos logísticos y la comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023”, cuyo objetivo es Determinar la relación que existe entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023 Esta investigación es desarrollada por estudiantes (colocar: pre o posgrado) de la carrera profesional Negocios Internacionales o programa, de la Universidad César Vallejo del campus Lima norte, aprobado por la autoridad correspondiente de la Universidad y con el permiso de la institución

Describir el impacto del problema de la investigación. Determinar la relación que existe entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023

Procedimiento Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: “procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023”.
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de minutos y se realizará en el ambiente de de la institución..... Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

Participación voluntaria (principio de autonomía): Puede hacer todas las preguntas para aclarar sus dudas antes de decidir si desea participar o no, y su decisión será respetada. Posterior a la aceptación no desea continuar puede hacerlo sin ningún problema.

Riesgo (principio de No maleficencia): Indicar al participante la existencia que NO existe riesgo o daño al participar en la investigación. Sin embargo, en el caso que existan

preguntas que le puedan generar incomodidad. Usted tiene la libertad de responderlas o no.

Beneficios (principio de beneficencia): Se le informará que los resultados de la investigación se le alcanzará a la institución al término de la investigación. No recibirá ningún beneficio económico ni de ninguna otra índole. El estudio no va a aportar a la salud individual de la persona, sin embargo, los resultados del estudio podrán convertirse en beneficio de la salud pública.

Confidencialidad (principio de justicia): Los datos recolectados deben ser anónimos y no tener ninguna forma de identificar al participante. Garantizamos que la información que usted nos brinde es totalmente Confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de la investigación. Los datos permanecerán bajo custodia del investigador principal y pasado un tiempo determinado serán eliminados convenientemente.

Problemas o preguntas:

Si tiene preguntas sobre la investigación puede contactar con el Investigador (a) (es) (Apellidos y Nombres) Caballero Galán email: mcaballerog1@ucvvirtual.edu.pe y Docente asesor (Apellidos y Nombres) Maximo Fidel Pasache Ramos email: mpasacher@ucvvirtual.edu.pe

Consentimiento

Después de haber leído los propósitos de la investigación autorizo participar en la investigación antes mencionada.

Nombre y apellidos: Marisol Caballero Galan Fecha y hora: 20/06/2023, 21:25

[Para garantizar la veracidad del origen de la información: en el caso que el consentimiento sea presencial, el encuestado y el investigador debe proporcionar: Nombre y firma. En el caso que sea cuestionario virtual, se debe solicitar el correo desde el cual se envía las respuestas].

Anexo 5.

Ficha de revisión de proyectos de investigación del Comité de Ética en Investigación de la Escuela de Economía, Negocios Internacionales, Administración en Turismo y Hotelería y Marketing y Dirección de Empresas

Título del proyecto de Investigación: Procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023

Autor(es): Caballero Galan Marisol

Especialidad del autor principal del proyecto: ESTUDIANTE X Ciclo

Programa: NEGOCIOS INTERNACIONALES

Otro(s) autor(es) del proyecto:

Lugar de desarrollo del proyecto (ciudad, país): LIMA - PERÚ

Código de revisión del proyecto:

Correo electrónico del autor de correspondencia/docenteasesor:
mpasacher@ucvvirtual.edu.pe

N.º	Criterios de evaluación	Cumple	No cumple	No corresponde
I. Criterios metodológicos				
1	El título de investigación va acorde a las líneas de investigación del programa de estudios.			
2	Menciona el tamaño de la población, muestra y muestreo/ escenario de estudio, participantes y unidad de análisis/ criterios de inclusión y exclusión, si corresponde.			
3	Presenta la ficha técnica de validación e instrumento, si corresponde.			
4	Evidencia la validación de instrumentos respetando lo establecido en la Guía de elaboración de trabajos conducentes a grados y títulos (Resolución de Vicerrectorado de Investigación N.º 062-2023-VI-UCV, según Anexo 2 Evaluación de juicio de expertos), si corresponde.			
5	Evidencia la confiabilidad del(los) instrumento(s), si corresponde.			
II. Criterios éticos				
6	Las citas y referencias van acorde a las normas APA 7ma edición.			

- 7 El proyecto cuenta con documento de autorización de la empresa o institución (Anexo 6 Directiva de Investigación RVI N° 066-2023-VI-UCV)., si corresponde.

- 8 El proyecto cumple con las normas éticas para el desarrollo de la investigación establecidos en la RCU N° 0470-2022/UCV (Código de Ética en Investigación).

- 9 Ha incluido el ítem del consentimiento informado en el instrumento de recojo de datos, si corresponde.

Nota: Se considera como APTO, si el proyecto cumple con todos los criterios de revisión que correspondan.

Lima, 26 de junio de 2023

Nombres y apellidos	Cargo	DNI N.º	Firma
	Presidente		
	Miembro 1		
	Miembro 2		
	Miembro 3		
	Miembro 4		

Anexo 6.

MODELO DE INFORME PARA PROYECTOS EXENTOS DE REVISIÓN

INFORME DE REVISIÓN DE PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN DEL COMITÉ DE ÉTICA EN INVESTIGACIÓN DE: NEG. INTERNACIONALES, MARKETING, TURISMO Y ECONOMÍA

OFICIO MÚLTIPLE N° 054-2023-VI-UCV

El que suscribe, presidente del Comité de Ética en Investigación de [**Negocios Internacionales, Marketing y Dirección de Empresas, Administración en Turismo y Hotelería, y Economía**], deja constancia que el proyecto de investigación titulado “[Procesos logísticos y la comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023

]”, presentado por los autores [Marisol Caballero Galan], queda exento de revisión de acuerdo a la verificación realizada por [**los miembros del CEI que fueron designados para la verificación**] de acuerdo a la comunicación remitida el 20/06/2023, macaballerog1@ucvvirtual.edu.pe], por lo cual se determina que la continuidad para la ejecución del proyecto de investigación cuenta con un dictamen favorable.

Lima, 20 de junio de 2023

Nombres y Apellidos	Cargo	DNI N°	Firma
Dr. Bernardo Cojal Loli	Presidente	17898066	
Mgtr. Roberto Macha Huamán	Miembro 1	0750092	
Mgtr. Leli Violeta Velásquez Viloche	Miembro 2	18217577	
Mgtr. Víctor Hugo Rojas Chacón	Miembro 3	09621351	

Anexo 7. Validación de expertos

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mgtr.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de negocios internacionales de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para el proyecto de investigación de Xmo ciclo.

El título del proyecto de investigación es: ***“Procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de comercio y negocios internacionales.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

Marisol Caballero Galán

D.N.I: 75973814

VISTO BUENO DEL ASESOR:

Yo Máximo Pasache Ramos docente y asesor de la tesis titulada:

“Procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023”

doy mi visto bueno para la validación de los instrumentos presentados en este documento por la estudiante:

- CABALLERO GALAN, MARISOL



.....

Máximo Pasache Ramos

DNI: 07903350

Definición conceptual de las variables y dimensiones

I. Variable Procesos logísticos

Según Ballou, R. (2014). Nos dice que los procesos logísticos es la parte de la cadena de suministro que organiza y controla el almacenamiento eficiente y efectivos de bienes y servicios brindando información desde el punto de partida hasta llegar al consumidor final con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

Dimensiones

1. Aprovisionamiento

Según Gutierrez, A. González, P. (2018). Menciona que toda empresa debe optimizar los costos al máximo para ganar un margen de beneficio alto, para lograr el plan de aprovisionamiento se debe incluir las ciertas actividades relacionadas con las compras, gestión, almacenaje y distribución del bien o servicio, todo ello hará que la empresa se diferencie y sea rentable y competitiva.

2. Inventario

Para los autores Serna, J., González, L., y Aristizabal, A. (2017). Nos dice que el control de inventarios que maneja una empresa tiene por objetivo detallar el orden, verificando la salida y entradas de las mercancías sin ser interrumpidas y a la vez asegurar que las operaciones no se detengan.

3. Almacenamiento

Mientras tanto Calzado, D. (2020). Nos dice que el almacenamiento tiene como características puntualizar las ubicaciones y las cantidades de los productos con condiciones de seguridad y limpieza, con la finalidad de que no afecten los procesos de distribución de la empresa.

4. Transporte

Por último, Sáenz, V. (2018). Menciona que los transportes trasladan todo tipo de mercancías con una planificación previa para organizar las rutas y entregar las cantidades correspondientes a los clientes con el menor tiempo posible asegurando su protección para que no sufran daños o alteraciones.

II. Variable Comercialización

Según Mankin, G. (2008). Menciona que la comercialización es la planificación y control de bienes y servicios que favorece el desarrollo de un producto y que este producto llegue de manera correcta al lugar de destino con el monto pactado y la cantidad requerida con el precio justo, garantizando así una venta más rentable.

1. Ventas

Según Fisher, L. y Espejo, J. (2004). Menciona que las ventas es un proceso el cual se define como toda actividad que tiene un cliente para hacer un intercambio de bienes y servicios, proporcionando al producto un precio.

2. Mercado potencial

Por otro lado, Fisher, L. y Espejo, J. (2004). Definieron que los mercados potenciales hacen que los productos sean valorados por los consumidores, cada uno con diferentes necesidades que satisfagan a los deseos de las personas.

Tabla 1

Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	Instrumento
Procesos Logísticos	Francese, A. (2005). Menciona que la logística es la ciencia que estudia las mercancías, información en el tiempo y la distancia de manera eficiente, teniendo en cuenta la organización estratégica de sus actividades, gestionando los flujos de materiales e informaciones internos y externos adecuándose a la oferta y demanda del mercado, incluyendo todas las operaciones	Medición por cuestionario	Aprovisionamiento	Gestión de Pedido		
				Gestión de Stock		
			Inventario	Mercancías recibidas		
				Pedido recibido por horas		
			Almacenamiento	Exactitud de inventario		
				Tiempo de almacenamiento		

	necesarias para mantener la productividad desde el área de compras hasta la distribución física.		Transporte	Cantidad de mercancía que transporta cada unidad	Ordinal	Cuestionario
				N° rutas realizadas		
	Mientras tanto, Kotler, P., Armstrong, G. (1995). Nos dice que la comercialización es un proceso que incluye cuatro aspectos fundamentales, cuando, donde, a quien, como, en definición el cuándo se refiere al momento en donde entregas el producto, el dónde es la ubicación estratégica, el a quien pertenece al		Ventas	Oferta		
				Demanda		
				Rentabilidad		
				Comportamiento		

Comercialización	consumidor final, y por último el cómo se hace referencia a las estrategias que se utilizan para que el producto se introduzca en el mercado. (p.26).	Medición por cuestionario	Mercado Potencial	Consolidación		
------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------	-------------------	---------------	--	--

Nota: Elaboración propia

Tabla 2

MATRIZ DE CONSISTENCIA							
Título: Procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023							
Autor: Caballero Galan Marisol							
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
Problema General ¿Cuál es la relación que existe entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023? Problemas específicos: Problema específico 1	Objetivo General Determinar la relación que existe entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023 Objetivos específicos: Objetivo específico 1	Hipótesis General Existe relación entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023 Hipótesis Específicas: Hipótesis específica 1 Existe relación entre el	Variable 1: Procesos logísticos				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles o rangos
			Aprovisionamiento	Gestión de pedido	1; 2	Escala de Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Ordinal
				Gestión de stock	3; 4		
			Inventario	Mercancías recibidas	5;6;7		
				Pedidos recibidos por horas	8;9		
			Almacenamiento	Exactitud de inventario	10: 11		
Tiempo de almacenamiento	12;13						
Transporte	Cantidad de mercancía que	14;15					

¿Cuál es la relación que existe entre el aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?	Determinar la relación que existe entre el aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023	aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023	transporta la				
			unidad				
			Número de rutas	16;17			
Variable 2: Comercialización							
Problema específico 2	Objetivo específico 2	Hipótesis específica 2	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Niveles o rangos
¿Cuál es la relación que existe entre el inventario y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?	Determinar la relación que existe entre el inventario y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.	Existe relación entre el inventario y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023	Ventas	Oferta	1;2;3	Escala de Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Ordinal
				Demanda	4;5,6		
				Rentabilidad	7;8		
Problema específico 3	Objetivo específico 3	Hipótesis específica 3	Mercado Potencial	Comportamiento	9;10		
¿Cuál es la relación que existe entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?	Determinar la relación que existe entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.	Existe relación entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.		Consolidación	11;12		
Problema específico 4	Objetivo específico 4	Hipótesis específica 4					
¿Cuál es la relación que existe entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?	Determinar la relación que existe entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.	Existe relación entre el transporte y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.					

<p>Chaclacayo, 2023?</p> <p>Problema específico 4</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el transporte y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?</p>	<p>de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Objetivo específico</p> <p>Determinar la relación que existe entre el transporte y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p>	<p>comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.</p>					
Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos			Estadística a utilizar		
<p>Tipo: básico, cuantitativo</p> <p>Alcance: Descriptivo - Correlacional</p>	<p>Población: son las personas que laboran en el área logística de la empresa del distrito de Chaclacayo, año 2023. Para el estudio se tuvo en cuenta los siguientes criterios: (1) Que pertenezcan a la empresa, (2) Que trabajen dentro del área logística.</p>	<p>Variable 1: Procesos logísticos</p> <p>Técnicas: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autores: Francese</p> <p>Año: 2005</p> <p>Monitoreo: Procesos logísticos</p>			<p>DESCRIPTIVA:</p> <p>Ingresar las respuestas del cuestionario en una matriz de Excel que se exportará al programa estadístico SPSS el cuál brindará el alfa de Cronbach que indica el grado de confiabilidad del instrumento.</p>		

<p>Diseño: No experimental transversal</p>	<p>Tipo de muestreo: No probabilístico por conveniencia</p>	<p>Ámbito de Aplicación: Área logística de la empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Forma de Administración: Grupal</p>	
<p>Método: Hipotético Deductivo</p>	<p>Tamaño de muestra. Se utilizarán 30 personas que laboren y pertenezcan al área logística de la empresa de cartón corrugado, chaclacayo,2023.</p>	<p>Variable 2: Comercialización</p> <p>Técnicas: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autor: Kloter</p> <p>Año: 1995</p> <p>Monitoreo: Comercialización</p> <p>Ámbito de Aplicación: Área logística de la empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Forma de Administración: Grupal</p>	<p>INFERENCIAL:</p> <p>Se usará el estadístico Rho de spearman para conocer la asociación lineal de las variables cuantitativas y nivel de significancia con el fin de alcanzar los objetivos y afirmar las hipótesis nula o alterna de la presente investigación</p>

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable 1: Procesos logísticos

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias	
		M D	D	A	M A	M D	D A	M A	M D	D A		M A
	DIMENSIÓN 1: Aprovisionamiento											
1	Los procesos de aprovisionamiento se ajustan a las necesidades cambiantes de la empresa.				X			X			X	Conforme
2	El personal encargado de compras, tiene un plan adecuado para la gestión de stock.				X			X			X	Conforme
3	La calidad de los productos recibidos de los proveedores es consistente.				X			X			X	Conforme
4	La documentación y el registro de los procesos de aprovisionamiento son precisos y completos.				X			X			X	Conforme
	DIMENSIÓN 2: Inventario											
5	Los registros de inventario se actualizan regularmente y son precisos.				X			X			X	Conforme
6	Se realizan análisis de tendencias y pronósticos para mejorar la gestión de inventario.				X			X			X	Conforme
7	Los niveles de inventario se mantienen en equilibrio para evitar excesos o faltantes.				X			X			X	Conforme
8	Los proveedores entregan productos de acuerdo con nuestras necesidades de inventario.				X			X			X	Conforme

9	La rotación de inventario se gestiona de manera eficiente.				X			X			X	Conforme
DIMENSIÓN 3: Almacenamiento												
10	Los productos se almacenan de manera organizada y accesible.				X			X			X	Conforme
11	Las condiciones de almacenamiento (temperatura, humedad, etc.) se controlan adecuadamente.				X			X			X	Conforme
12	El personal de almacenamiento está capacitado para llevar a cabo sus funciones de manera efectiva.				X			X			X	Conforme
13	Se realizan inspecciones regulares para garantizar la integridad de los productos almacenados.				X			X			X	Conforme
DIMENSIÓN 3: Transporte												
14	La flota de vehículos de transporte se mantiene en buen estado y es confiable.				X			X			X	Conforme
15	Se realizan evaluaciones periódicas de los vehículos para garantizar su rendimiento.				X			X			X	Conforme
16	Los tiempos de entrega de nuestros productos son consistentemente cumplidos en las diferentes rutas en la distribución.				X			X			X	Conforme
17	Los empleados de transporte están capacitados adecuadamente para las diferentes rutas en la distribución				X			X			X	Conforme

Observaciones: Instrumento conforme para su aplicación.

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

Apellidos y nombres del juez validador: Salazar López Yasser DNI: 41245759

Especialidad del validador: Negocios Internacionales / Administración Estratégica

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es

conciso, exacto y directo

Lima 04 de octubre del 2023



Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable 2: Comercialización

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias	
		M D	D	A	M A	M D	A	M A	M D	A		
	DIMENSIÓN 1: Ventas											
1	La empresa mide y evalúa regularmente el rendimiento de ventas.				X			X			X	Conforme
2	La empresa se adapta de manera ágil a las cambiantes condiciones del mercado.				X			X			X	Conforme
3	El seguimiento y cumplimiento de los contratos de ventas se realiza de manera efectiva.				X			X			X	Conforme
4	La empresa utiliza estrategias de fidelización de clientes para mantener relaciones a largo plazo.				X			X			X	Conforme
5	La empresa tiene una estrategia de precios clara y competitiva de acuerdo con la demanda.				X			X			X	Conforme
6	La empresa alcanza consistentemente sus objetivos de ventas y metas de ingresos de acuerdo con la demanda proyectada.				X			X			X	Conforme
7	Los costos operativos se controlan eficientemente para maximizar la rentabilidad.				X			X			X	Conforme
8	La empresa toma decisiones estratégicas que mejoran la rentabilidad a largo plazo.				X			X			X	Conforme

DIMENSIÓN 2: Mercado Potencial														
9	La empresa ha identificado claramente los segmentos de mercado con mayor potencial de crecimiento.			X				X				X	Conforme	
10	Existe una comunicación efectiva con clientes potenciales para generar interés en nuestros productos			X				X				X	Conforme	
11	Existen estrategias de entrada al mercado que nos permite aprovechar nuevas oportunidades de negocio.			X				X				X	Conforme	
12	La empresa mantiene un monitoreo constante de la competencia y ajusta sus tácticas en relación con ello.			X				X				X	Conforme	

Observaciones: Instrumento conforme para su aplicación.

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

Apellidos y nombres del juez validador: Salazar López Yasser DNI: 41245759

Especialidad del validador: Negocios Internacionales / Administración Estratégica


¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es

conciso, exacto y directo

Lima 04 de octubre del 2023



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres del informante: Salazar López Yasser

I.2. Especialidad del Validador: Negocios Internacionales / Administración Estratégica

I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente – Universidad César Vallejo

I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación:

I.5. Autor del instrumento:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				X	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				X	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				X	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				X	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				X	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				X	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				X	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				X	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				X	

METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				X	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					X	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Instrumento conforme para su aplicación

.....
.....
.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%



Lima, 04 de octubre del 2023

.....

Firma de experto informante

DNI: 41245759

Teléfono: 981075397

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mgtr.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de negocios internacionales de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para el proyecto de investigación de Xmo ciclo.

El título del proyecto de investigación es: ***“Procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de comercio y negocios internacionales.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

Marisol Caballero Galán

D.N.I: 75973814

VISTO BUENO DEL ASESOR:

Yo Máximo Pasache Ramos docente y asesor de la tesis titulada:

“Procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023”

doy mi visto bueno para la validación de los instrumentos presentados en este documento por la estudiante:

- CABALLERO GALAN, MARISOL



.....
Máximo Pasache Ramos

DNI: 07903350

Definición conceptual de las variables y dimensiones

III. Variable Procesos logísticos

Según Ballou, R. (2014). Nos dice que los procesos logísticos es la parte de la cadena de suministro que organiza y controla el almacenamiento eficiente y efectivos de bienes y servicios brindando información desde el punto de partida hasta llegar al consumidor final con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

Dimensiones

5. Aprovisionamiento

Según Gutierrez, A. González, P. (2018). Menciona que toda empresa debe optimizar los costos al máximo para ganar un margen de beneficio alto, para lograr el plan de aprovisionamiento se debe incluir las ciertas actividades relacionadas con las compras, gestión, almacenaje y distribución del bien o servicio, todo ello hará que la empresa se diferencie y sea rentable y competitiva.

6. Inventario

Para los autores Serna, J., González, L., y Aristizabal, A. (2017). Nos dice que el control de inventarios que maneja una empresa tiene por objetivo detallar el orden, verificando la salida y entradas de las mercancías sin ser interrumpidas y a la vez asegurar que las operaciones no se detengan.

7. Almacenamiento

Mientras tanto Calzado, D. (2020). Nos dice que el almacenamiento tiene como características puntualizar las ubicaciones y las cantidades de los productos con condiciones de seguridad y limpieza, con la finalidad de que no afecten los procesos de distribución de la empresa.

8. Transporte

Por último, Sáenz, V. (2018). Menciona que los transportes trasladan todo tipo de mercancías con una planificación previa para organizar las rutas y entregar las cantidades correspondientes a los clientes con el menor tiempo posible asegurando su protección para que no sufran daños o alteraciones.

IV. Variable Comercialización

Según Mankin, G. (2008). Menciona que la comercialización es la planificación y control de bienes y servicios que favorece el desarrollo de un producto y que este producto llegue de manera correcta al lugar de destino con el monto pactado y la cantidad requerida con el precio justo, garantizando así una venta más rentable.

1. Ventas

Según Fisher, L. y Espejo, J. (2004). Menciona que las ventas es un proceso el cual se define como toda actividad que tiene un cliente para hacer un intercambio de bienes y servicios, proporcionando al producto un precio.

2. Mercado potencial

Por otro lado, Fisher, L. y Espejo, J. (2004). Definieron que los mercados potenciales hacen que los productos sean valorados por los consumidores, cada uno con diferentes necesidades que satisfagan a los deseos de las personas.

Tabla 1

Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	Instrumento
Procesos Logísticos	Francese, A. (2005). Menciona que la logística es la ciencia que estudia las mercancías, información en el tiempo y la distancia de manera eficiente, teniendo en cuenta la organización estratégica de sus actividades, gestionando los flujos de materiales e informaciones internos y externos adecuándose a la oferta y demanda del mercado, incluyendo todas las operaciones	Medición por cuestionario	Aprovisionamiento	Gestión de Pedido		
				Gestión de Stock		
			Inventario	Mercancías recibidas		
				Pedido recibido por horas		
			Almacenamiento	Exactitud de inventario		
				Tiempo de almacenamiento		

	necesarias para mantener la productividad desde el área de compras hasta la distribución física.		Transporte	Cantidad de mercancía que transporta cada unidad	Ordinal	Cuestionario
				N° rutas realizadas		
	Mientras tanto, Kotler, P., Armstrong, G. (1995). Nos dice que la comercialización es un proceso que incluye cuatro aspectos fundamentales, cuando, donde, a quien, como, en definición el cuándo se refiere al momento en donde entregas el producto, el dónde es la ubicación estratégica, el a quien pertenece al		Ventas	Oferta		
				Demanda		
				Rentabilidad		
				Comportamiento		

Comercialización	consumidor final, y por último el cómo se hace referencia a las estrategias que se utilizan para que el producto se introduzca en el mercado. (p.26).	Medición por cuestionario	Mercado Potencial	Consolidación		
------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------	-------------------	---------------	--	--

Nota: Elaboración propia

Tabla 2

MATRIZ DE CONSISTENCIA							
Título: Procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023							
Autor: Caballero Galan Marisol							
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
<p>Problema General</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>Problema específico 1</p>	<p>Objetivo General</p> <p>Determinar la relación que existe entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Objetivo específico 1</p>	<p>Hipótesis General</p> <p>Existe relación entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Hipótesis Específicas:</p> <p>Hipótesis específica 1</p> <p>Existe relación entre el</p>	Variable 1: Procesos logísticos			Niveles o rangos	
			Dimensiones	Indicadores	Ítems		Escala de medición
			Aprovisionamiento	Gestión de pedido	1; 2		Escala de Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre
				Gestión de stock	3; 4		
			Inventario	Mercancías recibidas	5;6;7		
				Pedidos recibidos por horas	8;9		
			Almacenamiento	Exactitud de inventario	10: 11		
Tiempo de almacenamiento	12;13						
Transporte	Cantidad de mercancía que	14;15					

¿Cuál es la relación que existe entre el aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?	Determinar la relación que existe entre el aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023	aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023		transporta la unidad			
				Número de rutas	16;17		
Variable 2: Comercialización							
		Hipótesis específica 2	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Niveles o rangos
Problema específico 2 ¿Cuál es la relación que existe entre el inventario y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?	Objetivo específico 2 Determinar la relación que existe entre el inventario y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.	Existe relación entre el inventario y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023	Ventas	Oferta	1;2;3	Escala de Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Ordinal
				Demanda	4;5,6		
				Rentabilidad	7;8		
Problema específico 3 ¿Cuál es la relación que existe entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?	Objetivo específico 3 Determinar la relación que existe entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.	Hipótesis específica 3 Existe relación entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.	Mercado Potencial	Comportamiento	9;10		
				Consolidación	11;12		
Problema específico 3 ¿Cuál es la relación que existe entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?	Objetivo específico 3 Determinar la relación que existe entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.	Hipótesis específica 4 Existe relación entre el transporte y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.					

<p>Chaclacayo, 2023?</p> <p>Problema específico 4</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el transporte y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?</p>	<p>de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Objetivo específico</p> <p>Determinar la relación que existe entre el transporte y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p>	<p>comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.</p>					
Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos			Estadística a utilizar		
<p>Tipo: básico, cuantitativo</p> <p>Alcance: Descriptivo - Correlacional</p>	<p>Población: son las personas que laboran en el área logística de la empresa del distrito de Chaclacayo, año 2023. Para el estudio se tuvo en cuenta los siguientes criterios: (1) Que pertenezcan a la empresa, (2) Que trabajen dentro del área logística.</p>	<p>Variable 1: Procesos logísticos</p> <p>Técnicas: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autores: Francese</p> <p>Año: 2005</p> <p>Monitoreo: Procesos logísticos</p>			<p>DESCRIPTIVA:</p> <p>Ingresar las respuestas del cuestionario en una matriz de Excel que se exportará al programa estadístico SPSS el cuál brindará el alfa de Cronbach que indica el grado de confiabilidad del instrumento.</p>		

<p>Diseño: No experimental transversal</p>	<p>Tipo de muestreo: No probabilístico por conveniencia</p>	<p>Ámbito de Aplicación: Área logística de la empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Forma de Administración: Grupal</p>	
<p>Método: Hipotético Deductivo</p>	<p>Tamaño de muestra. Se utilizarán 30 personas que laboren y pertenezcan al área logística de la empresa de cartón corrugado, chaclacayo,2023.</p>	<p>Variable 2: Comercialización</p> <p>Técnicas: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autor: Kloter</p> <p>Año: 1995</p> <p>Monitoreo: Comercialización</p> <p>Ámbito de Aplicación: Área logística de la empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Forma de Administración: Grupal</p>	<p>INFERENCIAL:</p> <p>Se usará el estadístico Rho de spearman para conocer la asociación lineal de las variables cuantitativas y nivel de significancia con el fin de alcanzar los objetivos y afirmar las hipótesis nula o alterna de la presente investigación</p>

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable 1: Procesos logísticos

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias	
		M D	D	A	M A	M D	D A	M A	M D	D A		M A
	DIMENSIÓN 1: Aprovisionamiento											
1	Los procesos de aprovisionamiento se ajustan a las necesidades cambiantes de la empresa.				X			X				X
2	El personal encargado de compras, tiene un plan adecuado para la gestión de stock.				X			X				X
3	La calidad de los productos recibidos de los proveedores es consistente.				X			X				X
4	La documentación y el registro de los procesos de aprovisionamiento son precisos y completos.				X			X				X
	DIMENSIÓN 2: Inventario											
5	Los registros de inventario se actualizan regularmente y son precisos.				X			X				X
6	Se realizan análisis de tendencias y pronósticos para mejorar la gestión de inventario.				X			X				X
7	Los niveles de inventario se mantienen en equilibrio para evitar excesos o faltantes.				X			X				X
8	Los proveedores entregan productos de acuerdo con nuestras necesidades de inventario.				X			X				X

9	La rotación de inventario se gestiona de manera eficiente.				X				X				X
DIMENSIÓN 3: Almacenamiento													
10	Los productos se almacenan de manera organizada y accesible.				X				X				X
11	Las condiciones de almacenamiento (temperatura, humedad, etc.) se controlan adecuadamente.				X				X				X
12	El personal de almacenamiento está capacitado para llevar a cabo sus funciones de manera efectiva.				X				X				X
13	Se realizan inspecciones regulares para garantizar la integridad de los productos almacenados.				X				X				X
DIMENSIÓN 3: Transporte													
14	La flota de vehículos de transporte se mantiene en buen estado y es confiable.				X				X				X
15	Se realizan evaluaciones periódicas de los vehículos para garantizar su rendimiento.				X				X				X
16	Los tiempos de entrega de nuestros productos son consistentemente cumplidos en las diferentes rutas en la distribución.				X				X				X
17	Los empleados de transporte están capacitados adecuadamente para las diferentes rutas en la distribución				X				X				X

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mgtr. Romero Llerena Michael Alexander DNI: 41707169

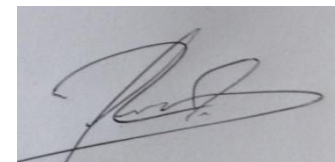
Especialidad del validador: Licenciado en Negocios Internacionales

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Lima 7 de octubre del 2023



Firma del Experto Informante

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable 2: Comercialización

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias	
		M D	D	A	M A	M D	A	M A	M D	A		M A
	DIMENSIÓN 1: Ventas											
1	La empresa mide y evalúa regularmente el rendimiento de ventas.				X			X				X
2	La empresa se adapta de manera ágil a las cambiantes condiciones del mercado.				X			X				X
3	El seguimiento y cumplimiento de los contratos de ventas se realiza de manera efectiva.				X			X				X
4	La empresa utiliza estrategias de fidelización de clientes para mantener relaciones a largo plazo.				X			X				X
5	La empresa tiene una estrategia de precios clara y competitiva de acuerdo con la demanda.				X			X				X
6	La empresa alcanza consistentemente sus objetivos de ventas y metas de ingresos de acuerdo con la demanda proyectada.				X			X				X
7	Los costos operativos se controlan eficientemente para maximizar la rentabilidad.				X			X				X
8	La empresa toma decisiones estratégicas que mejoran la rentabilidad a largo plazo.				X			X				X

DIMENSIÓN 2: Mercado Potencial													
9	La empresa ha identificado claramente los segmentos de mercado con mayor potencial de crecimiento.			X				X				X	
10	Existe una comunicación efectiva con clientes potenciales para generar interés en nuestros productos			X				X				X	
11	Existen estrategias de entrada al mercado que nos permite aprovechar nuevas oportunidades de negocio.			X				X				X	
12	La empresa mantiene un monitoreo constante de la competencia y ajusta sus tácticas en relación con ello.			X				X				X	

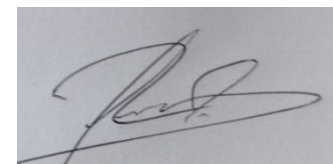
Observaciones:

.....

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

Apellidos y nombres del juez validador: Mgtr. Romero Llerena Michael Alexander DNI: 41707169

Especialidad del validador: Licenciado en Negocios Internacionales



Lima 7 de octubre del 2023

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres del informante: Mgtr. Romero Llerena Michael Alexander

I.2. Especialidad del Validador: Licenciado en Negocios Internacionales

I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente tiempo completo en la UCV

I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta

I.5. Autor del instrumento: Marisol Caballero Galán

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					85%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					85%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					85%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					85%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					85%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					85%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					85%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					85%
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					85%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

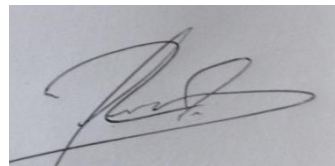
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....
.....
.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%

Lima, 7 de octubre del 2023



Firma de experto informante

DNI: 41707169

Teléfono: 997609842

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Mgtr.

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS.

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mis saludos y asimismo, hacer de su conocimiento que siendo estudiante de la escuela de negocios internacionales de la UCV, en la sede de Lima Norte, requiero validar los instrumentos con los cuales recogeré la información necesaria para poder desarrollar la investigación para el proyecto de investigación de Xmo ciclo.

El título del proyecto de investigación es: ***“Procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023*** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en tema de comercio y negocios internacionales.

Expresándole mis sentimientos de respeto y consideración, me despido de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente.

Firma

Marisol Caballero Galán

D.N.I: 75973814

VISTO BUENO DEL ASESOR:

Yo Máximo Pasache Ramos docente y asesor de la tesis titulada:

“Procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023”

doy mi visto bueno para la validación de los instrumentos presentados en este documento por la estudiante:

- CABALLERO GALAN, MARISOL



.....
Máximo Pasache Ramos

DNI: 07903350

Definición conceptual de las variables y dimensiones

V. Variable Procesos logísticos

Según Ballou, R. (2014). Nos dice que los procesos logísticos es la parte de la cadena de suministro que organiza y controla el almacenamiento eficiente y efectivos de bienes y servicios brindando información desde el punto de partida hasta llegar al consumidor final con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes.

Dimensiones

9. Aprovisionamiento

Según Gutierrez, A. González, P. (2018). Menciona que toda empresa debe optimizar los costos al máximo para ganar un margen de beneficio alto, para lograr el plan de aprovisionamiento se debe incluir las ciertas actividades relacionadas con las compras, gestión, almacenaje y distribución del bien o servicio, todo ello hará que la empresa se diferencie y sea rentable y competitiva.

10. Inventario

Para los autores Serna, J., González, L., & Aristizabal, A. (2017). Nos dice que el control de inventarios que maneja una empresa tiene por objetivo detallar el orden, verificando la salida y entradas de las mercancías sin ser interrumpidas y a la vez asegurar que las operaciones no se detengan.

11. Almacenamiento

Mientras tanto Calzado, D. (2020). Nos dice que el almacenamiento tiene como características puntualizar las ubicaciones y las cantidades de los productos con condiciones de seguridad y limpieza, con la finalidad de que no afecten los procesos de distribución de la empresa.

12. Transporte

Por último, Sáenz, V. (2018). Menciona que los transportes trasladan todo tipo de mercancías con una planificación previa para organizar las rutas y entregar las cantidades correspondientes a los clientes con el menor tiempo posible asegurando su protección para que no sufran daños o alteraciones.

VI. Variable Comercialización

Según Mankin, G. (2008). Menciona que la comercialización es la planificación y control de bienes y servicios que favorece el desarrollo de un producto y que este producto llegue de manera correcta al lugar de destino con el monto pactado y la cantidad requerida con el precio justo, garantizando así una venta más rentable.

1. Ventas

Según Fisher, L. y Espejo, J. (2004). Menciona que las ventas es un proceso el cual se define como toda actividad que tiene un cliente para hacer un intercambio de bienes y servicios, proporcionando al producto un precio.

2. Mercado potencial

Por otro lado, Fisher, L. y Espejo, J. (2004). Definieron que los mercados potenciales hacen que los productos sean valorados por los consumidores, cada uno con diferentes necesidades que satisfagan a los deseos de las personas.

Tabla 1

Matriz de operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición	Instrumento
Procesos Logísticos	Francese, A. (2005). Menciona que la logística es la ciencia que estudia las mercancías, información en el tiempo y la distancia de manera eficiente, teniendo en cuenta la organización estratégica de sus actividades, gestionando los flujos de materiales e informaciones internos y externos adecuándose a la oferta y demanda del mercado, incluyendo todas las operaciones necesarias para mantener la productividad desde el área de compras hasta la distribución física.	Medición por cuestionario	Aprovisionamiento	Gestión de Pedido	Ordinal	Cuestionario
				Gestión de Stock		
			Inventario	Mercancías recibidas		
				Pedido recibido por horas		
			Almacenamiento	Exactitud de inventario		
				Tiempo de almacenamiento		
			Cantidad de mercancía que transporta cada unidad			

			Transporte	Nº rutas realizadas		
Comercialización	<p>Mientras tanto, Kotler, P., Armstrong, G. (1995). Nos dice que la comercialización es un proceso que incluye cuatro aspectos fundamentales, cuando, donde, a quien, como, en definición el cuándo se refiere al momento en donde entregas el producto, el dónde es la ubicación estratégica, el a quien pertenece al consumidor final, y por último el cómo se hace referencia a las estrategias que se utilizan para que el producto se introduzca en el mercado.</p> <p>(p.26).</p>	Medición por cuestionario	Ventas	Oferta		
				Demanda		
				Rentabilidad		
			Comportamiento			
			Mercado Potencial	Consolidación		

Nota: Elaboración propia

Tabla 2

MATRIZ DE CONSISTENCIA							
Título: Procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, año 2023							
Autor: Caballero Galan Marisol							
Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variable 1: Procesos logísticos			Niveles o rangos	
			Dimensiones	Indicadores	Ítems		Escala de medición
¿Cuál es la relación que existe entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?	Determinar la relación que existe entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023	Existe relación entre los procesos logísticos y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023	Aprovisionamiento	Gestión de pedido	1; 2	Escala de Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Ordinal
				Gestión de stock	3; 4		
Problemas específicos:	Objetivos específicos:	Hipótesis Específicas:	Inventario	Mercancías recibidas	5;6;7		
				Pedidos recibidos por horas	8;9		
Problemas específicos:	Objetivos específicos:	Hipótesis específica 1	Almacenamiento	Exactitud de inventario	10: 11		
				Tiempo de almacenamiento	12;13		

Problema específico 1 ¿Cuál es la relación que existe entre el aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?	Objetivo específico 1 Determinar la relación que existe entre el aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023	Existe relación entre el aprovisionamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023	Transporte	Cantidad de mercancía que transporta la unidad	14;15		
				Número de rutas	16;17		
Variable 2: Comercialización							
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de valores	Niveles o rangos
Problema específico 2 ¿Cuál es la relación que existe entre el inventario y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?	Objetivo específico 2 Determinar la relación que existe entre el inventario y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.	Existe relación entre el inventario y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023	Ventas	Oferta	1;2;3	Escala de Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre	Ordinal
				Demanda	4;5,6		
Rentabilidad	7;8						
Problema específico 3 ¿Cuál es la relación que existe entre el almacenamiento y	Objetivo específico 3 Determinar la relación que	Existe relación entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.	Mercado Potencial	Comportamiento	9;10		
				Consolidación	11;12		
		Existe relación entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.					
		Existe relación entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.					

<p>comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?</p> <p>Problema específico 4</p> <p>¿Cuál es la relación que existe entre el transporte y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023?</p>	<p>existe entre el almacenamiento y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Objetivo específico</p> <p>Determinar la relación que existe entre el transporte y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p>	<p>Existe relación entre el transporte y comercialización de una empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023.</p>					
Tipo y diseño de investigación	Población y muestra	Técnicas e instrumentos		Estadística a utilizar			
<p>Tipo: básico, cuantitativo</p> <p>Alcance: Descriptivo - Correlacional</p>	<p>Población: son las personas que laboran en el área logística de la empresa del distrito de Chaclacayo, año 2023. Para el estudio se tuvo en cuenta los siguientes criterios: (1) Que pertenezcan a la empresa,</p>	<p>Variable 1: Procesos logísticos</p> <p>Técnicas: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autores: Francese</p>		<p>DESCRIPTIVA:</p> <p>Ingresar las respuestas del cuestionario en una matriz de Excel que se exportará al programa estadístico SPSS el cuál brindará el</p>			

<p>Diseño: experimental transversal</p> <p>Método: Hipotético Deductivo</p>	<p>No</p> <p>(2) Que trabajen dentro del área logística.</p> <p>Tipo de muestreo: No probabilístico por conveniencia</p> <p>Tamaño de muestra. Se utilizarán 30 personas que laboren y pertenezcan al área logística de la empresa de cartón corrugado, chaclacayo, 2023.</p>	<p>Año: 2005</p> <p>Monitoreo: Procesos logísticos</p> <p>Ámbito de Aplicación: Área logística de la empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Forma de Administración: Grupal</p> <hr/> <p>Variable 2: Comercialización</p> <p>Técnicas: Encuesta.</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Autor: Klofer</p> <p>Año: 1995</p> <p>Monitoreo: Comercialización</p> <p>Ámbito de Aplicación: Área logística de la empresa de cartón corrugado, Chaclacayo, 2023</p> <p>Forma de Administración: Grupal</p>	<p>alfa de Cronbach que indica el grado de confiabilidad del instrumento.</p> <p>INFERENCIAL:</p> <p>Se usará el estadístico Rho de spearman para conocer la asociación lineal de las variables cuantitativas y nivel de significancia con el fin de alcanzar los objetivos y afirmar las hipótesis nula o alterna de la presente investigación</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable 1: Procesos logísticos

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias
		M	D	A	M	D	A	M	D	A	
	DIMENSIÓN 1: Aprovisionamiento	M	D	A	M	D	A	M	D	A	
1	Los procesos de aprovisionamiento se ajustan a las necesidades cambiantes de la empresa.				X			X			X
2	El personal encargado de compras, tiene un plan adecuado para la gestión de stock.				X			X			X
3	La calidad de los productos recibidos de los proveedores es consistente.				X			X			X
4	La documentación y el registro de los procesos de aprovisionamiento son precisos y completos.				X			X			X
	DIMENSIÓN 2: Inventario										
5	Los registros de inventario se actualizan regularmente y son precisos.				X			X			X
6	Se realizan análisis de tendencias y pronósticos para mejorar la gestión de inventario.				X			X			X
7	Los niveles de inventario se mantienen en equilibrio para evitar excesos o faltantes.				X			X			X
8	Los proveedores entregan productos de acuerdo con nuestras necesidades de inventario.				X			X			X

9	La rotación de inventario se gestiona de manera eficiente.				X				X				X
DIMENSIÓN 3: Almacenamiento													
10	Los productos se almacenan de manera organizada y accesible.				X				X				X
11	Las condiciones de almacenamiento (temperatura, humedad, etc.) se controlan adecuadamente.				X				X				X
12	El personal de almacenamiento está capacitado para llevar a cabo sus funciones de manera efectiva.				X				X				X
13	Se realizan inspecciones regulares para garantizar la integridad de los productos almacenados.				X				X				X
DIMENSIÓN 3: Transporte													
14	La flota de vehículos de transporte se mantiene en buen estado y es confiable.				X				X				X
15	Se realizan evaluaciones periódicas de los vehículos para garantizar su rendimiento.				X				X				X
16	Los tiempos de entrega de nuestros productos son consistentemente cumplidos en las diferentes rutas en la distribución.				X				X				X
17	Los empleados de transporte están capacitados adecuadamente para las diferentes rutas en la distribución				X				X				X

Observaciones:

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

Apellidos y nombres del juez validador: Arias Gonzales Hilda Paola DNI:71265906

Especialidad del validador: Licenciado en Negocios Internacionales

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Lima 18 de octubre del 2023



Apellidos y Nombres

Mg. Arias Gonzales Hilda Paola
DNI: 71265906

Firma del Experto Informante

Certificado de validez de contenido del instrumento que mide la variable 2: Comercialización

Nº	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹			Relevancia ²			Claridad ³			Sugerencias	
		M D	D	A	M A	M D	A	M A	M D	A		M A
	DIMENSIÓN 1: Ventas											
1	La empresa mide y evalúa regularmente el rendimiento de ventas.				X			X				X
2	La empresa se adapta de manera ágil a las cambiantes condiciones del mercado.				X			X				X
3	El seguimiento y cumplimiento de los contratos de ventas se realiza de manera efectiva.				X			X				X
4	La empresa utiliza estrategias de fidelización de clientes para mantener relaciones a largo plazo.				X			X				X
5	La empresa tiene una estrategia de precios clara y competitiva de acuerdo con la demanda.				X			X				X
6	La empresa alcanza consistentemente sus objetivos de ventas y metas de ingresos de acuerdo con la demanda proyectada.				X			X				X
7	Los costos operativos se controlan eficientemente para maximizar la rentabilidad.				X			X				X
8	La empresa toma decisiones estratégicas que mejoran la rentabilidad a largo plazo.				X			X				X

DIMENSIÓN 2: Mercado Potencial																				
9	La empresa ha identificado claramente los segmentos de mercado con mayor potencial de crecimiento.				X					X										X
10	Existe una comunicación efectiva con clientes potenciales para generar interés en nuestros productos				X					X										X
11	Existen estrategias de entrada al mercado que nos permite aprovechar nuevas oportunidades de negocio.				X					X										X
12	La empresa mantiene un monitoreo constante de la competencia y ajusta sus tácticas en relación con ello.				X					X										X

Observaciones:

.....

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

Apellidos y nombres del juez validador: Arias Gonzales Hilda Paola DNI:71265906


Especialidad del validador: Licenciado en Negocios Internacionales

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Lima 18 de octubre del 2023


 Apellidos y Nombres
 Mg. Arias Gonzales Hilda Paola
 DNI: 71265906

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres del informante: Arias Gonzales Hilda Paola

I.2. Especialidad del Validador: Licenciado en Negocios Internacionales

I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente tiempo completo en la UCV

I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta

I.5. Autor del instrumento: Marisol Caballero Galán

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					85%
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					85%
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					85%
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					85%
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					85%
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					85%
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					85%
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					85%
COHERENCIA	Considera la estructura del presente					85%

	instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					85%
PROMEDIO DE VALORACIÓN						85%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

85%

Lima, 18 de octubre del 2023


 Apellidos y Nombres
 Mg. Arias Gonzales Hilda Paola
 DNI: 71265906

.....

Firma de experto informante

DNI: 71265906

Teléfono: 947486174