



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

La gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes
Químicos del Perú S.R.L., San Luis 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Villar Montes Nicole Valeria (ORCID: 0000-0003-4228-7663)

ASESOR:

Mg. Vargas Merino, Jorge Alberto (ORCID: 0000-0002-3084-8403)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de organizaciones

Lima - Perú

2019

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado especialmente a mi madre, por el apoyo incondicional que me ha brindado desde el inicio de mi carrera hasta el día de hoy, junto con el apoyo de mi docente.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a dios por haberme guiado por el camino correcto, a mi maravillosa familia por todo el apoyo brindado, a cada uno de mis amigos por cada buen consejo y anécdota inolvidable y la universidad por permitirme cumplir mis objetivos.

Página del jurado

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PP-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	--	---

- Yo, **Mg Vargas Merino Jorge Alberto**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de **Administración** de la Universidad César Vallejo sede Ate revisor (a) de la tesis titulada **Gestión de Almacenes y la eficiencia en la Comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., San Luis 2019**, del estudiante **Villar Montes, Nicole Villar**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **24 %** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscritó (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Ate. 08 de Julio de 2019



Firma

Vargas Merino Jorge Alberto
DNI: 41843715



NOTA: El presente documento constituye un informe de gestión y cualquier uso no autorizado de su contenido será sancionado según la Ley N° 27122.

Declaratoria de autenticidad

Declaración de autenticidad

Yo, Nicole Valeria Villar Montes, con DNI N° 75069083, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro bajo juramento que los datos e información que se presenta en la tesis son auténticas y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Lima, 8 de julio del 2019



VILLAR MONTES NICOLE

75069083

ÍNDICE

Caratula.....	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Página del jurado.....	iv
Declaratoria de autenticidad.....	v
Índice.....	vi
Resumen.....	vii
Abstract	viii
I. Introducción	1
1.1. Realidad problemática.....	2
II. Método	34
2.1. Diseño de investigación	35
2.2. Operacionalización de variables	36
2.3. Población, muestra y muestreo	39
2.4. Técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad	40
2.5 Métodos de análisis de datos	46
2.6 Aspectos éticos.....	47
III. Resultados.....	48
IV. Discusión	65
V. Conclusiones	69
VI. Recomendaciones	71
Referencias.....	73
Anexos.....	82

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo describir la relación existente entre la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización de la empresa “Fertilizantes Químicos del Perú SRL-2019”. El Diseño de la investigación fue no Experimental, de corte transversal y correlacional. La población objeto de estudio estuvo conformada por 30 colaboradores que laboran en la segunda planta (Paucartambo - Cerro de Pasco) y el resto del personal en la central del distrito de San Luis.

Se utilizó el total de la población, es decir se trabajó con una muestra censal. La técnica que se utilizó fue la encuesta. El instrumento utilizado fue el cuestionario, el cual obtuvo un alfa de Cronbach de 0.861, lo cual significa una alta confiabilidad estadística, y una validación de contenido del 85% por parte del juicio de expertos, que representa un alto grado de validación.

De forma general, se concluye que existe relación positiva media entre la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización de la empresa; es decir que, ante una correcta y eficaz gestión de almacenes, se mejora la eficiencia en la comercialización, el coef. es significativo estadíst. al 0.05, además la magnitud del coeficiente es medio (0.387), denotando además una relación positiva, quedando confirmado con la signif. estadística.

Palabras Clave: gestión de almacenes, eficiencia en la comercialización, rotación de inventarios, control de existencias

ABSTRACT

The aim of this research was to describe the relationship between the management of warehouses and the efficiency in the commercialization of the company “Fertilizantes Químicos del Perú SRL-2019”. The design of the research was non-Experimental, cross-sectional and correlational. The population under study was formed by 30 collaborators working on the second floor (Paucartambo-Cerro de Pasco) and the rest of the staff at the central by San Luis.

The total population was used, that is to say, it worked with a census sample. The technique that was used was the survey. The instrument used was the questionnaire, which obtained an alpha of Cronbach of 0.861, which means a high statistical reliability, and a content validation of 85% by the expert trial, which represents a high degree of validation.

In general, it is concluded that there is a positive average relationship between the management of warehouses and the efficiency in the commercialization of the company; That is to say that, faced with a correct and efficient management of warehouses, it improves the efficiency in the marketing; The Coef. It is meaningful statistics. At 0.05, in addition the magnitude of the coefficient is medium (0.387), Also denoting a positive relationship, being confirmed with the signif. Statistics.

Keywords: warehouse management, marketing efficiency, inventory rotation, stock control

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Hoy en día se evoca la importancia de utilizar una óptima gestión de almacenes en las empresas ya que es fundamental para hacer uso apropiado de los espacios de los almacenes, y controlar los niveles de inventarios de modo que se pueda reducir las pérdidas. La importancia de la gestión de almacenes es aún mayor cuando se trata de una empresa comercializadora, ya que según Heizer y Render (2001), el registro puede llevar a englobar el mayor porcentaje representativo del capital, es por ello que, si se desarrolla una óptima gestión de almacenes, los resultados serán fortificantes porque el desempeño será victorioso para la organización. Es por ello que cada organización debe velar por los ingresos y no descuidar la eficiencia en la comercialización, ya que ello les va a permitir un mejor manejo de los materiales, información y aprovechamiento de los recursos para su distribución.

A su vez las organizaciones buscan mejorar la observación del control de la repartición de los productos, para generar un mejor manejo de los almacenes y cuidar su patrimonio para que no se vea afectado si no por el contrario sea resguardado, es por ello que lo fundamental es realizar una correcta recepción de los materiales, optimizando el área de logística que actúa en el abastecimiento y la distribución física de los materiales.

En el ámbito nacional, hoy en día las empresas quieren preservar la calidad de los productos desde que ingresan al almacén hasta su distribución, implementando mayores recursos financieros para llevar a cabo un buen registro de los materiales y no tener pérdida, es por ello que se debe llevar un buen control del stock que influya con responsabilidad óptima en la mejora de los recursos financieros, que son la base de cualquier administración.

La empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., se encuentra ubicada en el distrito de San Luis, actualmente su situación en el ámbito logístico no es el adecuado ya que, no sea realizado una buena gestión de almacenes, provocando que al momento de realizar los pedidos no se abastezca de lo que requiere para los clientes, lo cual ocasiona un retraso en los pedidos y la insatisfacción de un cliente, que puede llevar a la pérdida de ventas del producto, teniendo en cuenta que cada producto tiene un periodo de vencimientos y no se puede conservar productos agrícolas vendidos, porque son dañinos tanto para la salud como para los cultivos si

se compra el producto a pocos días de vencer.

Es por ello que se han implementado nuevos métodos de ventas para poder obtener una mejor gestión en la comercialización de los productos, la empresa está en constantes cambios con el propósito de acrecentar la diligencia de almacenes para maximizar la eficiencia en la cadena de comercialización y mejorar su rentabilidad.

En el ámbito local hablar de gestión de almacenes es enfocarse en garantizar el suministro continuo de los productos que requiere la empresa, mediante un buen control de existencias, supervisando el almacenamiento de los materiales de manera consecutiva para poder seleccionar de manera correcta cuantos productos se tiene disponibles para la comercialización.

El desempeño del trabajador se ve reflejado en la satisfacción que practican al realizar su trabajo de manera efectiva, brindando una orientación optima al cliente para suministrarle la información apropiada con respecto a los productos que ofrece la empresa, que beneficios tiene cada producto y como los ayuda en su producción.

Las diferentes gestiones de la organización son elementales para que la empresa obtenga notablemente mejores condiciones en la distribución, y mejor captación de clientes, esto conlleva a que la empresa debe tener un buen desempeño con respecto en la orientación al cliente, tanto con los proveedores como con los distribuidores, que son los que en parte representan a la empresa ya que dan la cara al momento de llevar los productos y al momento que seleccionan a los proveedores.

1.2. Trabajos Previos

1.2.1. Antecedentes internacionales

García, A. (2018). En su tesis de grado doctoral titulada “*Gestión de la cadena de suministro: análisis del uso del tic y su impacto en la eficiencia. Madrid, 2018*” presentada en la universidad complutense de Madrid en la facultad de ciencias económicas y empresariales, cuyo objetivo permite analizar el impacto al usar las TIC en la gestión de la CS y su implicación en la eficiencia de la empresa; aplico un diseño de estudio descriptiva, llegando a la conclusión de que, Se ha definido un modelo que confronte con la efectividad del uso de tecnologías para obtener información y las comunicaciones al incluir mejoras en la gestión de la cadena de suministro, tanto a nivel interno, como externo de la empresa, en organizaciones manufactureras pequeñas, medianas y grandes en España. Por consecuencia se ha simulado el uso del tic en la incorporación de la cadena de suministros para mejorar la relación con los proveedores y con los clientes y su dominio sobre la eficiencia. Para ello al implementar el uso apropiado de las variables empleadas. Se ha empleado el TIC con los clientes para medir el grado de impacto con respecto a su uso para medir la eficiencia de las organizaciones. Mediante ello se verá el diseño de la investigación apropiado para la descripción del instrumento para agrupar la información necesaria para las encuestas a los clientes, por deducción se mide las variables para ver el nivel de satisfacción de los clientes y cuál es el margen de error que se está desarrollando en la empresa para reducirlo y mejorar considerablemente.

Veintimilla, P. (2016). En su tesis para obtener el título de licenciada en secretariado ejecutivo computarizado titulado “*La gestión administrativa y su influencia en el desempeño laboral se la secretaria que laboran en la empresa agrícola prieto S.A. del cantón pasaje*” presentada en la universidad técnica de Machala facultad de ciencias empresariales unidad académica ciencias empresariales en la carrera de secretariado ejecutivo computarizado, cuyo objetivo permite decretar la diligencia administrativa para realizar una correcta gestión laboral de las secretarías en la empresa agrónoma prieto, llegando así a la deducción de que las secretarías que actualmente trabajan en la empresa agrícola prieto, no distribuyen sus horarios de manera adecuado , es por ello que existen retrasos en el trabajo, ya que hay una mala comunicación y falta de compromiso por parte del personal que labora en la

organización, no se desarrollan los trabajos establecidos durante el día a causa de ello provoca fatiga y estrés laboral, no existe un encargado que controle y distribuya los trabajos de las secretarías ni tampoco coexiste un cronograma de las funciones o descuentos que se le realice al personal por falta de incumplimiento de sus labores, para que con ello tomen conciencia de lo que causan y el daño que se le ocasiona a la empresa por el mal uso de su tiempo. Las secretarías no laboran en equipo con sus colegas, las secretarías no prestan atención a las indicaciones que se les da y no informan adecuadamente a los clientes, no existe una comunicación constante de las secretarías junto con las demás áreas de la empresa.

Avellon, N. (2015). En su tesis para obtener el grado de doctora titulado "*La eficiencia y la productividad de las comunidades autónomas españolas en la gestión tributaria: aplicación del análisis envolvente de datos*" presentada en la universidad de Valladolid en la facultad de ciencias económicas y empresariales, se concluyó que la solución de los estudios de la eficiencia se debería investigar de forma conjunta con los resultados de eficacia y de calidad en la gestión tributaria. El beneficio del método de eficiencia, contra grandes aportes mediante la cual las calidades de los encargos se realizarán más adecuados. Asimismo, podría ser admisible una gestión menos eficiente formalmente, con escaso nivel de elaboración por falta de algún recurso; pero más capaz en terminar de recolectar. se debe definir los objetivos claros y con objetivos trazables que se pueden desarrollar a corto plazo, basándose en una estrategia de capacidad operativa para garantizar un servicio óptimo. Y con ello se incrementa la capacidad fiscal y el gasto de la ecuación. Logrando mejorar la eficiencia de la eficacia teniendo en cuenta los resultados de la indagación.

Flores, O. (2015). En su tesis para optar al título de maestría en gerencia empresarial titulada "*Proceso Administrativo y gestión empresarial en Comprobabas, Jinotega*" presentada en la universidad nacional autónoma de Nicaragua, Managua en la facultad regional multidisciplinaria – Matagalpa, cuyo objetivo permite analizar la gestión administrativa de la cooperativa COMEXPROCCAGE EIRL, concluyendo que mediante lo obtenido por los resultados en base a lo planteado por la empresa. El atestado Administrativo y Gestión Empresarial de la Cooperativa de Producto de Alimentos Básicos RL, que mientras la fase que se llevó a cabo desarrolla una buena función del proceso administrativo, para desarrollar una evaluación de cómo se está llevando la gestión de la organización y si su funcionamiento

está planteado correctamente, por lo cual se llega a la deducción que la empresa no cuenta con la información y los materiales necesarios por lo cual limita el proceso de funcionamiento administrativo , por el otro lado afecta también la falta de compromiso laboral por parte del equipo administrativo que no pone empeño en mejorar los defectos que causan pérdidas a la organización, es por ello que se plantea evaluar constantemente el desarrollo y funcionamiento de los colaboradores y sus aportes extras en beneficios de la empresa , que se realizara mediante encuestas para medir el grado de satisfacción en el cual se encuentran ; para que, a su vez con sus respuestas, poder mejorar en algunos aspectos de manera que este pueda actuar de manera eficaz en sus labores.

Recari, R. (2015). En su tesis para obtener el grado de licenciatura titulado “*Gestión administrativa en los departamentos de compra y contrataciones del ministerio de gobernación de Guatemala*” presentado en la universidad Rafael Landívar en la facultad de ciencias económicas y empresariales, su finalidad permite determinar cómo es la gestión administrativa en los departamentos de compra y contrataciones del ministerio de gobernación de Guatemala, llegando a la conclusión de que se delimito que la diligencia empleada en los departamentos de compras del Ministerio de Gobernación es engorrosa y lenta, pero necesaria para el control administrativo que han sido implementados con el finalidad de aclarar los procesos, específicamente en los eventos de cotización y licitación. Se concluyó que se va a desarrollar un proyecto en el cual se desarrollen los procesos de compra, para diferenciar las diversas instituciones que son partes del ministerio de gobernación, aquellos que sean sujetos al plan general de planificación del Ministerio. Para desarrollar una compra de manera adecuada se debe cumplir con todos los requisitos establecidos para facilitar la compra y no generar incomodidad de espera en los clientes por su parte se desarrolla un presupuesto anticipado para cada compra o venta que se realiza, dado que no se puede desarrollar ninguna compra por imprevisto ya que generaría una distorsión en el control de la planificación, para ello cada área debe encargarse de manera eficiente para que el trabajo se desarrolle en el momento adecuado y no cause retraso en los pedidos. Se pudo acordar que hay una composición por parte de la sociedad para que se desarrollen las demás áreas de proceso de compra y ajuste en el ministerio de gobierno.

1.2.2. Antecedentes nacionales

Meza (2018), En su tesis “Gestión de almacenes y la productividad en la empresa Química Suiza Industrial del Perú, Callao, 2017”; tesis (Licenciado de administración), desarrollado en la Universidad César Vallejo, Perú 2018. 77 pp. Su finalidad fue determinar la relación entre la gestión de almacenes y la productividad en la empresa Química Suiza Industrial del Perú, la metodología fue una de tipo aplicada, nivel correlacional y con diseño no experimental-transaccional, la muestra de estudio se representó con un total de 50% de un total de 54 trabajadores, como instrumento se utilizó el cuestionario tomando una escala de Likert, que se validado por juicio de expertos , para la confiabilidad se utilizó el alfa de Cronbach, cuyos resultados se procesaron mediante el software SPSS. Finalmente se concluyó que la gestión de almacenes se relaciona significativamente con la productividad, fundamentado mediante el Rho de Spearman de 0.448 con un nivel de significancia menor de 0.05.

Reyes (2017), en su tesis “Plan de mercadeo y comercializacion en la empresa Remalimp S.A.C., distrito de San Juan de Lurigancho 2017. Tesis (Licenciado de administración), desarrollado en la Universidad Cesar Vallejo, Perú 2017. Tiene como propósito determinar la relación entre el plan de mercadeo y la comercializacion en la empresa Remalimp S.A.C., la metodología fue una de tipo aplicada correlacional no experimental de corte transaccional, la muestra del estudio realizado tiene como resultado la totalidad de la población ya que al ser pocos los colaboradores se requiere del total de la población, se aplicó el cuestionario como instrumento, tomando una escala de Likert, validado por juicio de expertos, la confiabilidad se obtuvo con el alfa de Cronbach, los resultados fueron procesados mediante el software SPSS. Finalmente se concluyó que el plan de mercadeo y la comercializacion se relacionan de manera regular en la empresa Remalimp SAC, se fundamente mediante una correlación de spearman de 0.406 con un nivel de significancia menor a 0.05.”

Mamani (2015) en su tesis, Plan de mercadeo y comercialización en la empresa de muebles PROYECTIK S.A.C, Trujillo, Perú, para optar el título profesional de marketing y dirección de empresas en la universidad Peruana de Ciencias Aplicadas; cuyo objetivo fue: Identificar la relación que existe entre la determinación de la comercialización y las estrategias de mercado

utilizado en la empresa de muebles PROYECTIK S.A.C, Trujillo, Perú. Las teorías utilizadas en el estudio, para el plan de mercadeo utilizo a Peralta (2001), mientras que para la comercialización se basó en Stanton (1992). En cuanto a la metodología el estudio es de tipo descriptivo, de nivel correlacional, no experimental de corte transaccional. En la empresa se cuenta con una población de 135 trabajadores, considerado muestreo aleatorio simple, cantidad adquirida a través del muestreo probabilístico, por otro lado, se puede destacar que el establecimiento realizó encuestas para destacar las marcas más importantes en las temporadas preferidas por los consumidores, con la compra de muebles, 20 puertas y closets de madera con la calidad deseable de bocetos creativos y con prototipos flexibles basados en ingredientes modulares. En conclusión, se obtuvo un valor de correlación moderado de 0,521 y un sig. Bilateral de 0,001, al ser inferior el margen de error de 0.05, se descarta la hipótesis nula y se aprueba la hipótesis alterna, denostando que existe relación entre el plan de mercadeo y comercialización en la empresa de muebles PROYECTIK S.A.C, Trujillo, Perú.

Vera (2014) en su tesis, El plan de mercadeo y comercialización para la creación de una empresa Limpieza Fast en la ciudad de Santo Domingo-Piura, para optar el título profesional de Administración de empresas en la universidad de San Pedro, Piura; esta investigación tuvo la finalidad de identificar la relación que existente entre el plan de mercadeo para la creación de una empresa y comercialización productos de limpieza. Las teorías utilizadas en el estudio, para el plan de mercadeo me base en Perreault (2003), mientras que para la comercialización se basó en Stanton (1994). En cuanto al método, se utilizó el tipo de descriptivo de nivel correlacional, porque busca la relación entre dos variables, además el estudio demanda su desarrollo en un tiempo determinado o momento dado, que comprende un año (corte transversal), además se puede observar que la empresa cuenta con 52 colaboradores, población total que es utilizada por el estudio sin necesidad de contar con una muestra, ya que se abarca el 100 % de la población, y en consecuencia se hace uso del censo. La empresa 21 Limpieza Fast, destaca por tener un buen plan operativo, ya que produce su línea de productos por medio de un tercero o una maquila para realizar un contrato de confidencialidad, con el fin de mantener reservas de los componentes de los productos, por lo tanto, la producción se realizará con costos bajos, sin afectar la calidad, siendo el producto útil para el consumidor. Se puede concluir a través de los resultados obtenidos de esta investigación, que se acepta la hipótesis planteada lo cual permite una significativa relación entre ambas variables, ya que se obtuvo un

valor de correlación de 0,517 y nivel de significancia 0,000.

Castro (2014), en su tesis Determinación del plan de mercadeo y comercialización del nuevo jabón de tocador de la empresa Consorcio Stein, Lima, Perú, para optar el título profesional de Ingeniería empresarial en la Universidad de Lima, Lima. Tiene como objetivo principal es establecer la relación existente entre el plan de mercadeo y la comercialización del nuevo jabón de tocador de la empresa Consorcio Stein, Lima, Perú. En el estudio se dio uso de teorías; para la variable plan de mercadeo se basó en Kotler (1992) y para la variable comercialización se basó en Méndez (2005). En cuanto a la metodología, el tipo es descriptivo-correlacional, no experimental de corte transversal, donde se observa que la empresa cuenta con 52 trabajadores, por lo tanto, se usó el censo debido que el estudio trabajó con toda la población. En la empresa se llevó a cabo el diseño y puesta en marcha de un plan de mercadeo como herramienta para tomar las mejores decisiones en el lanzamiento del nuevo producto al mercado, con el análisis de la situación, establecimientos de los objetivos, desarrollo de estrategias, programas, suministro de coordinación y control. En conclusión, en el estudio se recogieron resultados como; el valor de correlación moderado con el 0.684 y una 22 sigma bilateral 0.001, que al ser menor al nivel de probabilidad de 0.05 se afirma que existe relación entre las variables.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Gestión de almacenes

La mayoría de las empresas ponen mayor énfasis en las ventas de los productos y toman poca importancia al registro de materiales y del control que se va llevando de todo lo que ingresa o sale de la empresa.

Según Calderón una buena gestión de almacenes es fundamental para tener a la vista el registro de materiales existentes, por ello la importancia de controlarlos y saber cuánto de stock se encuentra en el almacén. Existen argumentos por el cual se requiere la información de las existencias, ya que por medio de ello la empresa no quedara en incertidumbre, por si falta algún producto que se desea comercializar y no estar en incertidumbre por falta de productos; estar adelantados en la demanda y oferta y mantener el tránsito entre los puntos de producción o almacenamiento. (2014, p. 07).

Es decir, que debe existir un registro para contabilizar los materiales que ingresan a la empresa, lo cual haga que no genere perdidas, es por ello que la importancia de la gestión de almacenes es primordial, le brindara un valor agregado como es el caso de Fertilizantes Químicos del Perú srl.

La gestión de Diseño de almacén y las operaciones han experimentado cambios importantes en las últimas décadas. En particular, con la aparición de comercio electrónico, con ello la complejidad de las operaciones de almacén, sin embargo, se ha podido mejorar las funciones ya que por medio de ello se puede respaldar el suministro constante y oportuno de los materiales para que el trabajo no tenga interrupción. según (Koster, R. B. M., Johnson, A. L., & Roy, D. 2017, p. 6327-6330)

Según Gómez, J. (2013).” El almacén es el recinto donde se realizan las funciones de recepción, manipulación, conservación, protección y posterior expedición de productos” (p. 120).

En este caso el registro de almacén ofrece por anticipado una selección de cada uno de los productos para satisfacer la demanda de los clientes y mantener alejado a la empresa de posibles alteraciones de esa demanda. Para resguardar los materiales ya que son fundamentales para la organización, es por ello por lo que se debe manejar el control de stock al día para tener un registro de cuanto se vende e ingresa al almacén.

Las decisiones conjuntas que se tomarán en ambas clases de productos incluyen la fuerza de trabajo del almacén (permanente y temporal), horario de envío entrante de proveedores, cronograma de envío saliente a tiendas y niveles de inventario en el almacén y tiendas. La función objetivo es minimizar el costo total de distribución, que incluye el almacén, Inventario (tiendas + almacén) y transporte (salida + entrada). Las restricciones clave incluyen conocer la tienda demanda de productos básicos todos los días, sin violar la fecha de vencimiento del producto, lo que garantiza que los trabajadores temporales no estén más que el límite permitido. (Guthrie, B., Parikh, P. J., & Kong, N. 2017, p. 6470-6484).

Según Bureau Veritas Formación (2011) "La gestión de almacén se preocupa de la administración de este y de poner en práctica todas las decisiones tomadas en la gestión de la producción" (p. 222).

Ello quiere decir, que la gestión de almacenes tiene como objetivo optimizar el área logística para garantizar el suministro continuo y conveniente de los elementos y medios de producción solicitados para garantizar los servicios de forma armoniosa e ininterrumpida.

Para la correcta selección, el análisis de ventas y de los utilizados. Se deben realizar transportes y almacenes. Basado en el resultado del análisis y después de la implementación del algoritmo iterativo para la asignación del almacén, el Forma óptima de elegir un almacén adecuado para los clientes. de un solo territorio se selecciona. Un pronóstico de los utilizados. modos de transporte que se emplea para ilustrar mejor la necesidad que Utilice los almacenes de transporte combinado en el futuro. (Molnar, V., Fedorko, G., Honus, S., Girovska, L., & Lizbetin, J. 2018, p. 169-173

1.3.1.1. Rotación de inventario

Para Elliott (2000) la rotación de inventario puede ser definido como:

“[...] Un alto volumen de ventas permite aceptar una menor utilidad bruta por unidad, al mismo tiempo que se obtiene mejores utilidades totales. Esta es una de las razones por las cuales **Wal-Mart** tiene tanto éxito. De modo que se pueda calcular los niveles comercialización de los productos lo cual no afecte la rotación del balance, que se determina como el costo de los bienes ya entregados a los clientes, que se define como el costo de los bienes vendidos divididos entre el inventario promedio conservado durante un periodo determinado” (p. 243).

Es por ello, la gran importancia que toma la rotación de inventario, ya que a través de ello se podrá llevar una buena gestión, que ayude a medir las habilidades que se pueden implementar en la empresa y de cómo se va a desarrollar con las nuevas estrategias.

Si bien es cierto el bajo nivel de inventarios de Clinker reduce el riesgo asociado con costos de mantenimiento de stock o capital de congelación en inventarios, pero genera una muy alta Riesgo de ocurrencia de perturbaciones en la continuidad del proceso de producción. La evaluación de la rapidez de rotación de los inventarios clasifica el Clinker como el principal Área de ocurrencia de perturbaciones en el proceso de producción y venta. (Łęgowik-Świącik, S., Łęgowik-Małolepsza, M., & Kowalska, S., 2018, p. 52-62)

Francisca (2005) menciona que para conseguir el objetivo de que la totalidad de las existencias estén financieras por proveedores, es necesario vigilar la rotación de las existentes. Se pretenderá conseguir una rotación máxima de las existencias alargando lo más posible el plazo de pago de las distintas compras.

Es decir, es importante tener una variada cartera de proveedores, que nos puedan facilitar los productos a tiempo y que no afecten a nuestros clientes porque ello ocasionaría pérdidas en la organización.

De acuerdo con las reseñas nombradas anteriormente en tipos de inventario con demanda de energía, siempre se ha considerado a la rotación de inventario como un periodo de renovación de las existencias consideradas. Esta es una limitación para el problema de inventario que perjudica la Política que se debe perseguir en la gestión del Sistema de inventarios. (Sicilia, J., González-De-la-Rosa, M., Febles-Acosta, J., & Alcaide-López-de-Pablo, D., 2015, pp. 3603-3622)

Francisca (2005) La bien conocida correlación entre ventas e inventarios (rotación de inventarios), que se usa para la interpretación de los estados financieros nos proporciona un medio para acercarnos a la relación de este problema. tal relación nos da una medida por la cual es posible cuantificar el volumen del inventario, en relación con las ventas.

Es decir que, para poder llevar una buena gestión, se debe tener en cuenta siempre cuanto de cada producto hay en el almacén y cuales requieren de nuevos pedidos, solo previniendo se reducirá la pérdida de clientes ante, pedidos incumplidos.

Por medio del almacenamiento de inventarios se realiza una rotación que lleva a Colocar en áreas de acopio abiertas o cerradas. su lanzamiento para su uso en el proceso de producción. A su vez el agotamiento de los inventarios de productos intermedios, En la cual se produce la Creación, almacenamiento y agotamiento de estos inventarios seleccionados como sujeto que se lleva a cabo a través de su lanzamiento para su uso en el proceso de producción, con el objetivo de obtener evidencia confiable de que la gestión del inventario se realiza adecuadamente junto con los procedimientos de gestión de inventario y control de inventario. (Lęgowik-Świącik, S., Lęgowik-Małolepsza, M., & Kowalska, S., 2018, pp. 52-62)

El inventario de rotación media es generalmente de baja intensidad, cubriendo entre uno y dos por ciento del área, y se utiliza para la planificación general del flujo que con ello se puede dar a conocer que mediante este proceso se informa la cantidad de veces que se

restablece la inversión de existencias durante el periodo en el cual se va a realizar la fabricación o producción del material. (Bell, A., 2016, pp. 14-17)

1.3.1.2. Control de existencias

Francisca (2005) considera que el control de existencias forma parte de:

“[...] la ocupación de resguardar las existencias viene impulsado en muchos casos por el hecho de contar con un abastecimiento de materiales que no suelen ser instantáneos. Es frecuente que mediante un tiempo determinado se realice una compra y se requiera de un periodo de anticipado para informar los pedidos de venta. Para que todos los lleguen tiempo al almacén, listo para su venta. [...]” (p. 125).

Para toda empresa llevar un buen control de existencia es fundamental con ello te das cuenta la cantidad de productos con el que tu almacén cuenta y cuanto debes tener de reserva para tus clientes que siempre te compran.

Eslava (2003) nos dice que:

“[...] los productos finalizados son los que tiene mayor ventaja en el mercado ya que son los primeros en ser comercializados, y convertirse en liquidez para la empresa a través de su negociación y cobro. Obviamente la producción va de la mano con ello ya que alimenta continuamente el almacén o inventario de productos terminados [...]” (p. 153).

Es decir, se busca satisfacer las necesidades del cliente, garantizando la llegada de su producto en el tiempo y momento indicado, para ser utilizados.

Antes de describir el Control de existencias en detalle, la siguiente sección llama brevemente la atención sobre la utilidad de los juegos en la educación y luego hace referencia a varios juegos de documentados disponibles para apoyar la instrucción en la ciencia del inventario Administrativo. (Meyer, B. C., & Bishop, D. S., 2016, pp. 315-336)

Baquero (1971) El mantenimiento de inventario origina gastos sustanciales, tales como áreas de almacenamiento costosas, inversión de una parte importante del capital de trabajo, seguros, deterioro de mercancía y dificultades de manejo. sí hay un gran inventario, esto aumenta los gastos .si hay inventario a nivel demasiado bajo, puede producir perdida de

gran magnitud porque las ventas se pierden al no encontrar la mercancía deseada la clientela en el momento que la necesita.

Nos dice que, es fundamental supervisar el stock de tus productos para poder sacarlos al mercado rápidamente e ingrese liquidez y producir más para obtener mayores ventas.

A menos que los planificadores del control de existencias de inventario aprecien la importancia y las dificultades asociadas con la medición del error de pronóstico y tomar una posición para sugerir efectivamente el error métricas que son significativas desde una perspectiva de inventario, la previsión y Los procesos de control de stock se mantendrán desacoplados. (Morlidge, S., & Syntetos, A., 2017, pp. 9-19).

1.3.1.3. Almacenamiento de materiales

Mariano (2006) estos almacenes tienen que estar ubicados lo más cerca admisible del puesto de importante adquisición de su región o zona de influencia, observando que, para poder establecer un buen almacén, el espacio debe ser amplio, como para poder realizar la distribución de los productos superior a una etapa. Su tarea elemental es la de asignar la mercancía a los clientes mayoristas o detallistas existentes en un área definida. Las entradas de mercancía pueden provenir directamente del centro de producción o del almacén central. Es decir, que los almacenes deben ser factibles para las empresas, deben estar situados en el lugar apropiado para abastecer en cualquier momento a la empresa y no tener retrasos en los pedidos por si se presenta una emergencia.

Ray (2000). El orden y la limpieza del almacén son prioritarios para que se pueda desarrollar un buen producto y se almacenen los materiales finiquitados, con esto se evita algún accidente en el almacén por falta de limpieza, evitas riesgos, algún tropiezo o incendio por los desperdicios que se desechan en el pasadizo. La acumulación de ciertos materiales presta refugio a las plagas, lo que también constituye un riesgo. El

almacenamiento externo no puede recubrirse de yerbajos y pastos, lo que implica riesgos de fuegos en los tiempos secos.

Es decir, ante todo el almacén debe tener al área organizado y limpio, para mantener el producto en buen estado y no generar rechazo en los clientes, mantener el prestigio de la empresa es fundamental para prevalecer en el ámbito empresarial.

El Almacenamiento como servicios, son sistemas que proporcionan servicios de almacenamiento a los clientes a través de Internet que utiliza tecnología virtual (dispositivo de almacenamiento virtualizado). Integra varios dispositivos de almacenamiento de la red mediante una aplicación diferente, que utiliza una gran Cantidad de ancho de banda de red necesaria para realizar el almacenamiento. Almacenamiento en la nube proporciona Muchas interfaces de acceso diferentes para todas las aplicaciones de arquitectura de almacenamiento en la nube. En general, los usuarios pueden acceder al almacenamiento en la nube para almacenar y recuperar datos usando la web. (Taha, H., Aknin, N., & El Kadiri, K. E., 2019, pp. 66-83)

Eric (2005). La calidad del servicio y del producto ofrecido por la empresa dependen en gran parte del acopio y de un inmejorable resguardo u cuidado que conlleva a su manejo apropiado; es por ello que, se ha considerado priorizar como algo esencial a negociar con la apariencia conectada a la participación de la planta manufacturera, para que se desarrolle un producto de calidad en el manejo de materiales.

Es decir, en los almacenes se debe realizar una buena distribución de los productos para tenerlos a la vista y siempre listos para ser distribuidos en las empresas y no generar retrasos.

Las cantidades de datos almacenados o procesados por aplicaciones son en constante crecimiento. con este crecimiento, se escala el almacenamiento de los materiales para que se vuelve más desafiante cada sistema de base de datos tiene sus propias compensaciones, entenderlos es crucial, ya que ayuda en la selección del derecho de entre tantas opciones

disponibles cada aplicación es diferente en términos de lectura /escribir el balance de la carga de trabajo, requisitos de consistencia, latencias y patrones de acceso. (Petrov, A., 2018, pp. 38-44).

Un buen almacenamiento de materiales puede escalar a satisfacer las demandas de almacenamiento adicional capacidad, pero puede escalar hacia abajo para cumplir con las necesidades de las pequeñas y medianas organizaciones que no tienen petabytes de datos y con ello se podría dar a conocer que la respuesta es, sí puede, y deberías poner reclamaciones de proveedores de almacenamiento para que la prueba se desarrolle antes de tomar su decisión de construir una nube de almacenamiento privado. Un almacenamiento privado que puede almacenar y administrar datos de manera económica en un tamaño más pequeño la escala es importante si no necesita una capacidad de petabyte para comenzar. (Wessels, T., 2016, pp. 22).

El almacenamiento de materiales debe ser conocido como otra razón para cambiar la ubicación es el bajo rendimiento de la base de datos actual a otra instancia, es por ello que en la actualidad se prioriza mucho la buena distribución de los materiales para que la gestión se pueda realizar de la mejor manera, y cuando se requiera del producto se encuentre con facilidad. El límite extremo se produce cuando no hay la base de datos que remota si está disponible, por lo que se debe lograr una persistencia local. por lo tanto, El cambio dinámico de una base de datos es un problema crucial. (Mourlin, F., & Farinone, J., 2019, pp. 13-28).

1.3.1.4. Selección de proveedores

Ayala (2016). La ocupación del proveedor es la de producir o generar un clima organizacional bueno entre la empresa y el que suministra los productos. Para todas las empresas el manejar una relación de confianza con los proveedores les produce grandes ventajas y les facilita el proceso de compra.

Es decir, cada empresa debe afianzar un vínculo con el proveedor, ya que la empresa depende de la eficiencia de cada proveedor, son ellos quienes nos brindaran los materiales para poder ofrecerlo al público.

Lacalle (2014) consiste que:

“[...] en la empresa, el acto de comprar, entendido desde una perspectiva global, supone la adquisición de productos o la contratación de los servicios necesarios para el buen funcionamiento de la empresa, seleccionando a los proveedores más adecuados para ello [...]” (p. 52).

Es importante seleccionar bien a tu proveedor, tener referencias de sus servicios es fundamental, porque con ello sabes cómo se desempeña y como es su manera de trabajo.

Las revisiones discutidas anteriormente solo se enfocan en discutir los métodos utilizados en la selección de proveedores. Hay una necesidad de una revisión de los criterios de selección del proveedor y los métodos relacionados con la determinación de estos criterios, ya que estos son de vital importancia para el éxito de los pasos posteriores y el resultado general.

Como se discutió en esta revisión, se recopiló exhaustivamente la literatura asociada con las palabras clave “selección de criterios del proveedor” y “selección de criterios de vendedor” en las bases de datos, puesto que en base a ello se sabrá llevara cabo una buena elección de proveedores que nos van a abastecer del material o producto que se va a necesitar en la organización para poder desempeñar la función de la empresa. (Ristono, A., Pratikto, Santoso, P. B., & Tama, I., 2018, pp. 680-696).

Kotler (2003) nos dice que:

“[...] el consumidor se enfoca en identificar a los proveedores más adecuados, revisando la lista de la guía del ramo, verificando una búsqueda exhausta por un procesador, buscando recomendaciones vía telefónica con otras empresas serias, observando diversos anuncios de la rama y acudiendo a ferias comerciales. Sin embargo, en estos días, el mejor lugar para indagar es internet, esto nivela el campo de juego porque los abastecedores minúsculos tienen los mismos atributos que los mayores y pueden aparecer en los mismos registros en línea con solo realizar una paga significativa [...]” (p. 119).

La mayoría de las empresas supervisa y busca referencias para conseguir a sus proveedores, ya que ellos no se pueden arriesgar comprar productos sin saber cómo es su calidad y que tal bien están posicionados en el mercado, es por ello que asisten a ferias, es ahí donde diversas empresas muestran lo mejor de sus productos.

Los proveedores pueden suministrar materiales, equipos y servicios que reduzcan la ocurrencia de riesgos ambientales en la producción, dado que estas decisiones requieren una inversión a largo plazo de la compañía, es importante seleccionar un proveedor que lo ayude a resolver estos problemas de producción. El modelo de selección de proveedores propuesto se implementó en la empresa mencionada. La tarea básica de este modelo es usar una decisión grupal para seleccionar un proveedor con el que la empresa pueda establecer una relación de asociación a largo plazo. (Puska, L. A., Kozareviš, S., Steviš, N., & Stovrag, J., 2018, pp. 217-234).

1.3.2. Eficiencia en la comercialización

La gestión adecuada que se brinde, a la empresa demostrara que tan preparada se encuentra en el ámbito empresarial, ya que es fundamental que su desempeño sea optimo y ello requiere de una comercialización adecuada a los clientes, de manera eficiente, teniendo siempre en cuenta que se debe priorizar la satisfacción del cliente.

La eficiencia comercial, llevara a cabo promover las ventas de manera uniforme para que la organización cumpla con las metas establecidas de ventas que se proponen de manera mensual, para poder acaparar mayor cantidad de clientes y con ello aumentar sus ventas de manera constante.

Hugo (1987) El técnico en comercialización utiliza el concepto de eficiencia para indicar lo bien o mal que una agencia lleva a cabo sus actividades. La comercialización incluye todas las actividades de negocio que van desde que el producto está en la finca hasta que llega a las manos del consumidor. La meta de un buen sistema es lograr un alto nivel de eficiencia en la ejecución de las operaciones y actividades requeridas.

La eficiencia del proceso de comercialización se dirige al ámbito de suscripción y de interactuar con los clientes potenciales, ya que a su vez pueden elegir entidades financieras que respalden el negocio en base a la inversión que se realice por la mejoría de la empresa para optimizar los métodos y minorar los tiempos en el cual se realiza la comercialización, para ampliar los canales de ventas mejorando los servicios que ofrece la empresa a beneficio de los clientes , que son los exigen calidad e innovación del producto que van a adquirir, estos estándares que deben cumplir cada producto debe ser muy bien supervisado por la empresa , para no tener error alguno en la producción y no perder la inversión que se necesitó. Pournader, M., Kach, A., Hajiagha, S., & Emrouznejad, A. (2017, pp. 277-302).

Al estimar la eficiencia del producto, nuestros resultados identifican productos sobrevaluados y podemos predecir la magnitud de los descuentos requeridos para alcanzar la competencia frontera. Este es el resultado más práctico que se deriva de nuestra investigación, y puede guiar la política de precios de los fabricantes cuando se detectan ventas por debajo de las expectativas. Nuestros resultados muestran que, efectivamente, los fabricantes son rápidos en descontando los productos que nuestro modelo identifica como más ineficiente. La magnitud de los descuentos también encaja bien con las predicciones de nuestro modelo. Por lo tanto, la metodológica El marco propuesto en este documento puede ser útil para los fabricantes y minoristas de productos de consumo. Arrondo, R., Garcia, N., & Gonzalez, E. (2018, pp. 215-224).

La efectividad corporativa depende de la regla adoptada por eficiencia económica. Este concepto incluye tanto eficiencia incurrida de los factores de producción, así como utilidad.

Desde el punto de vista del marketing, es importante ver todas las acciones desde la perspectiva de su impacto en el negocio solo y el desempeño. La medición del impacto financiero del marketing es una de las prioridades más altas ya que influye mucho posicionar y establecer una utilidad sólida para no perder el capital invertido. Milichovsky, F., & Simberova, I. (2015, pp. 211-219).

En la sección efecto en la eficiencia del trabajo de campo de diferentes configuraciones, se Sugiere una estrategia general para empresas de paneles e investigadores para mejorar la eficiencia del trabajo de campo. Basado en el principio general de reducir la incertidumbre.

Como se ha mostrado en los últimos tiempos la poca importancia a una adecuada comercialización, así como en algunas simulaciones, una cola larga (grande variación) la distribución de probabilidad del número de participaciones conduce a un aumento significativo en el número de invitaciones necesarias para mantener el mismo nivel de confianza. Así, reduciendo la varianza de esta distribución reduce el número de invitaciones y mejora la eficiencia del trabajo de campo para mejorar la comercialización de los productos. Ochoa, C., & Porcar, J. M. (2018, pp. 484-501).

1.3.2.1. Orientación al cliente

Alles (2004) la colocación al cliente interno y externo: declarar afectividad por las carencias o exigencias que un grupo de consumidores latentes tanto externos como internos, se pueden necesitar en la actualidad o posteriormente más adelante. No se basa en una conducta apropiada o correcta, por el contrario, demostrar una actitud frente a un cliente duradero, brindar información específica de lo que está buscando, por lo cual la empresa debe manejar esa necesidad a su beneficio. Se la diferencia de “atención al cliente “que tiene más que ver con atender las necesidades de un cliente real y concreto en la interacción.

Es decir, satisfacer la necesidad del cliente brindándole el producto que necesita, comunicándole los beneficios que aportara su uso, y de cómo se debe utilizar para que su función sea el adecuado.

Alles (2010) nos dice que:

“[...]suficiencia amplitud para ejercer con perceptibilidad ante la demanda del cliente y/o grupo de clientes, existentes o latentes, tanto interno como externo, que se pueda mostrar en el día a día o posteriormente, requiere de una afición constante del servicio para los clientes internos y externos, saber identificar y comprender cuáles son sus demandas, produciendo remediar soluciones cordiales para con sus necesidades [...]” (p. 182).

El saber orientar al cliente para que su opción de compra sea el adecuado, también es importante saber ofrecer variedad para que el cliente escoja cual es el adecuado, a lo que él está buscando y no se limite en buscar opciones.

En el modelo se prioriza al cliente tanto interno como externo. Ya que abarca mucho tanta gestión, mejora continua, satisfacción de los clientes, empatía. la utilidad del proceso de retroalimentación y percibida facilidad de uso que se postula para interactuar y por medio de ello influir en el cliente para que perciba la orientación de la organización y que vela por sus necesidades y busca brindarle un producto del agrado e interés del consumidor. Celuch, K., & Robinson, N. M. (2016, pp. 53-76).

Miranda. G. Chamorro, M. y Rubio, L. (2007) cabe recalcar que la satisfacción del cliente es una condición primordial para respaldar el éxito a lo largo del proceso. Por lo tanto, cada empresa debe orientarse a la satisfacción del cliente. Buscar cuáles son sus necesidades y tratar de cumplir sus expectativas, si te enfocas en ello logras fidelizar compradores a largo plazo, generando ganancias y atrayendo mayores clientes, por tu alta eficiencia cumpliendo las expectativas de los compradores.

Es decir, tener satisfecho y contento a un cliente, es esencial para mantenerlo cautivado, que sienta que la empresa le brinda los mejores productos a un precio adecuado a la economía de la empresa que le haga obtener mayores utilidades.

La orientación al cliente es parte integral de la orientación al mercado y la tasa de retención de clientes que muestra que la orientación al cliente es un factor determinante del desempeño objetivo y que la orientación al mercado está asociada positivamente con el desempeño financiero, en base a lo mencionado, cada organización busca diversos tipos de mercados, enfocados en diversos tipos de clientes, adaptando a las necesidades del cliente como una oportunidad laboral para la empresa. Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N., Nedu Osakwe, C., & Omotoso Ajayi, J. (2017, pp. 83-104).

La orientación al cliente organizacional es una filosofía organizacional, que se basa en una comprensión de las expectativas del cliente y tendencias competitivas, que contribuyen a la diferenciación competitiva de las organizaciones e Involucra estudios sobre el efecto de orientación al cliente, a nivel organizativo y Niveles individuales, sobre el trabajo emocional, estrategias, particularmente en el negocio Marques, G. S., Correia, A., & Costa, C. M. (2018, pp. 59-77).

1.3.2.2. Satisfacción del cliente

Francisco, Antonio y Sergio (2007)

“[...] las carencias del consumidor manifestadas en su particular estilo, son a lo “voz del cliente”. Para que se pueda percibir esta voz, las organizaciones enfocadas al comprador deben establecer un sistema de comunicación de marketing, es decir de un grupo de individuos, recursos materiales y procedimientos capaces de recoger, clasificar, analizar, evaluar y distribuir la información sobre los clientes que precisan los directivos para tomar las decisiones correctas [...]” (p. 47).

Es importante destacar el aporte que brinda tu producto, ya que ello te va diferenciar del resto de empresas, conseguir la satisfacción del cliente no es tarea fácil, es por ello que debes lograr ganarte su confianza con el buen trato, que su estadía en la empresa sea de lo más agradable y ello bastara para que el cliente difunda el buen servicio que brindas y te ayude a obtener mayores clientes.

Gosso (2008) la amplia satisfacción del consumidor está justificado en un espacioso aprendizaje de la problemática, que se manifiesta en las organizaciones a la hora de examinar los distintos niveles gozo por parte de sus clientes y los correspondiente a gestionar en las acciones a seguir. Aporta el conocimiento suficiente para encontrar las respuestas a muchas de las cuestiones que se plantean día a día aquellos que están involucrados de una manera u otra en la gestión de la satisfacción de los clientes.

Es decir, para lograr la satisfacción con el cliente, lo primero que debes hacer es ganarte su confianza e interactuar sobre cual es lo que busca o si desea una asesoría para que tenga en cuenta el aporte de cada producto, el cliente debe sentir tu interés por apoyar en que su compra sea más rápida.

La satisfacción de evaluar el nivel de motivación profesional ejercido en el desempeño de una actividad; Evaluar la relación entre la motivación profesional y alcanzar la satisfacción; quiere decir que evaluar el nivel de desempeño profesional obtenido en un lugar de trabajo a evaluar la relación entre las actuaciones obtenidas en el lugar de trabajo y el acceso a la profesional satisfacción. (Balanescu, R. 2019, pp. 178-184).

Dutka (1998) La satisfacción del cliente forma parte de la administración de la calidad total. Al fijar expectativas, pautas y exigencias de rendimiento, el cliente es quien conduce el management de la calidad total. Y esta, a su vez, se concentra en considerar a los productos y servicios como soluciones a los problemas del cliente. Ya que con ello se busca anticiparse a las necesidades del cliente, crear expectativas y brindar opciones de compra para el cliente.

La satisfacción del cliente como un cliente Conocimiento de la recompensa adquirida de la compra propiamente dicha. Indica que la satisfacción del cliente fue la evaluación de la compra donde se da el proceso de un cliente teniendo en cuenta la calidad y los beneficios, así como el costo y efecto pagado y a su vez los beneficios que le dará

La satisfacción del cliente es definida como la evaluación global del cliente del desempeño de un Producto o servicio Nos centramos en el cliente satisfacción por el valor potencial que ofrece a las empresas. desde una perspectiva estratégica, la satisfacción del cliente es un aspecto crítico de un marco de desempeño estratégico de la empresa, con evidencia consistente y convincente que muestra que la satisfacción del cliente puede servir como un indicador confiable del desempeño financiero futuro de una organización. (Cogin, J. A., Sanders, K., & Williamson, I.2018, pp. 279-291).

La satisfacción del cliente, Aunque pueda parecer intuitivamente fácil de definir, la satisfacción del cliente ha sido Examinado en la literatura según dos. Principales caminos conceptuales en el primero, representa un estado sentido por el cliente, derivado de la medida en que bienes o servicios cumplen con sus expectativas Generalmente, los clientes hacen tales evaluaciones después ejecución del servicio logístico, aunque Puede hacerse incluso mientras se está conduciendo. Este camino conceptual es consistente con quien informó que la satisfacción del cliente depende de si un producto es percibido el rendimiento coincide con las expectativas del comprador. Este tipo de satisfacción del cliente es a menudo llamada satisfacción específica de la transacción. Según el otro camino conceptual, más comúnmente usado en una relación B2B. (Świtała, M., Niestrój, K., & Hanus, P. 2018, pp. 449-465).

Terry (2002) La recompensa es una solución impresionable del usuario ante su valoración en desacuerdo observado, entre su experiencia previa/expectativas de nuestro producto y organización y el verdadero rendimiento experimentado una vez establecido el contacto con nuestra organización, una vez que ha probado nuestro producto [...] (p. 25).

Es decir, para que los clientes sean leales a la empresa deben sentir que son importantes, es por ello que se les debe brindar un servicio muy eficiente para fidelizar las compras.

1.3.2.3. Desempeño del trabajador

Krajewski, Lee, Rizman y Larry (2000) nos dice que:

“[...] El primer paso para evaluar una tarifa de producción consiste en determinar cuál es el nivel normal de desempeño. Se conoce como norma de trabajo en el periodo establecido para la capacitación del personal, desempeñándose en base a un procedimiento, con un nivel normal de esfuerzo y habilidad. Los robots de un mismo tipo realizan siempre las mismas tareas repetitivas, con poca variación en la tasa de producción, pero la producción humana es más difícil de evaluar porque la habilidad, el esfuerzo y el dinamismo varían de un empleado otro [...]” (p. 177).

La autoeficacia, la expectativa y la aceptación del cambio influyen en los niveles de motivación del trabajador, y el grado de éxito que tiene una organización para hacer cambios. Cuando los trabajadores tienen actitudes positivas hacia estos factores, su desempeño mejorará y las organizaciones tienen una mayor posibilidad de encontrar un nuevo modelo de negocio que se ajuste a la era FIR. Sangwoo Hahm. (2018, pp. 4038).

El primero es hacer que los trabajadores tomen conciencia de que su desempeño durante el período de capacitación representa la evaluación privada de su empleador de sus habilidades relativas para realizar cada tarea. El segundo es reducir la anticipación de los trabajadores de niveles inferiores de una promoción para que su desempeño durante los dos primeros períodos de trabajo representa su rendimiento de referencia. Chan, E. W. (2018, pp. 83.103).

Desempeño del trabajador Como resultado del cumplimiento de un trabajo, un beneficio Por lo general emerge. Dependiendo del rendimiento mostrado por los individuos, problemas como El efecto y la dimensión de este beneficio varían. Desempeño mostrado por los trabajadores en un existente. La organización es de suma importancia para la organización en términos de asegurar a los trabajadores continuidad en la organización, así como la garantía de La continuidad de la propia organización. Karakaş, A., & Tezcan, N. Ş. (2019, pp. 102- 118).

La forma de mejorar el desempeño de los empleados ha sido Siempre ha sido una de las principales preocupaciones para las empresas. A través de revisión de la literatura, se encuentra que la mayoría de los estudios de rendimiento sobre la innovación de la empresa son Enfocado en el nivel organizacional o el nivel de equipo, y hay relativamente pocos estudios sobre individuos actuación. Como parte del desempeño organizacional, El rendimiento de la innovación es muy importante, y el camino para mejorar efectivamente el rendimiento innovador de Las empresas se convertirán en una importante forma de negocio. Manera de mantener la competitividad sostenible Hay muchos antecedentes que influyen. en el rendimiento individual, y esta investigación se cortará A través del nivel organizacional para explorar el impacto. Sistema de trabajo de alto rendimiento en la innovación. Desempeño de los trabajadores del conocimiento. Change Yi, & Aimin Yan. (2018, pp. 337- 349).

El buen clima laboral es fundamental para el desempeño del trabajador, su rendimiento se verá reflejado en cuanto como es el trato con el cliente, es por ello que el trato en la empresa debe ser de lo más cordial y saludable.

Ricky y Griffin (2005) sostiene que:

“[...] las grandes compañías, las transformaciones de la ocupación, exhiben que tan bien se desempeña los trabajadores en sus cargos respectivos. Generalmente, la estimación contiene una valoración regular por manuscrito como parte de un proceso por escrito que empieza cuando un jefe establece los modelos que va a realizar un subordinado. Entonces el administrador observa al empleado y el proceso termina cuando el administrador y el empleado se reúnen para discutir la evaluación [...]” (p. 242).

Las grandes empresas implementan áreas para que le personal se desenvuelva y se relaje, para que al momento de trabajar su desempeño sea optimo y fructífero, lo cual hará que la empresa tenga mayores clientes y su utilidad incremente.

Guillermo, Eugenia y Reyes (2012) Una vez realizada la evaluación del desempeño es importante comunicar el resultado al evaluado. Este es un punto fundamental de todo el proceso, pues de nada sirve si el principal interesado, el trabajador, no tiene conocimiento de ella. Pero no solo este método ha de proceder con dicha comunicación de resultados. Todos ellos deben finalizar con una entrevista con el trabajador evaluado, en la que se le dé a conocer la información relevante y significativa de su desempeño, para que pueda alcanzar plenamente

los objetivos.

Guillermo, Eugenia y Reyes (2012) Una vez realizada la evaluación del desempeño es importante comunicar el resultado al evaluado. Este es un punto fundamental de todo el proceso, pues de nada sirve si el principal interesado, el trabajador, no tiene conocimiento de ella. Pero no solo este método ha de proceder con dicha comunicación de resultados. Todos ellos deben finalizar con una entrevista con el trabajador evaluado, en la que se le dé a conocer la información relevante y significativa de su desempeño, para que pueda alcanzar plenamente los objetivos.

Es decir, es importante que las empresas midan el desempeño del trabajador, para que ellos puedan tomar conciencia y mejorar al respecto.

1.3.2.4. Efectividad

Según Domínguez (2007) “La conservación de usuarios además del consiguiente aumento son inducidos por la complacencia del usuario. La satisfacción de la clientela por sí sola no avala fidelización. Para tener un nivel alto de fidelización la experiencia de comprar debe poseer un rango muy alto de complacencia”. (p. 26).

Es decir, la que para lograr cumplir metas en la en la organización, primero debes plantearte objetivos trazables, en las cuales poco a poco puedas ir desarrollando con el paso del tiempo mientras adquieres habilidades que te ayuden a sobresalir y poner en práctica tus ideas.

La efectividad en la distribución del producto es fundamental para que toda empresa pueda prevenir los riesgos que se presentan cuando el pedido sufre un retraso o una mala distribución, por ello cada organización debe contar con un plan de contingencia que ayude a que el cliente se sienta satisfecho con su pedido. (Flores, 2004)

Como se puede apreciar en las citas expresadas, nos dice que la efectividad en el ámbito de la comercialización debe ser planificada, organizado, para que se puede desarrollar demanera eficaz, planteando objetivos y metas trazables, junto con un plan de contingencia para no perjudicar a los clientes.

El concepto propuesto de medición de la comunicación. La efectividad se puede utilizar como una herramienta para mejorar la efectividad de la comunicación en Equipos de proyecto donde se observan algunas fallas o enfermedades. Constituye una forma integral de abordar este problema al abordar una extensa lista de comunicaciones Aspectos de efectividad y proporciona herramientas claras y significativas para presentar los resultados. Muszyńska, K. (2018, pp. 63-79).

La efectividad personal se ha definido en el contexto de la comunicación como la capacidad de tener un impacto positivo en los demás a través de Comunicación persuasiva Implica la utilización de interpersonales. Habilidades para construir relaciones de trabajo efectivas. Por lo tanto, para ser eficaz en una función, la efectividad personal de un individuo puede ser un determinante clave. Esto es más Es cierto en la era actual de cambios rápidos y operaciones comerciales sin límites. Srinivasan, K., & Jomon, M. G. (2018, pp. 28-53).

Utilizando los resultados de la técnica MPI, la efectividad. Y se puede establecer el valor de las iniciativas de benchmarking. y cuantificado mediante la evaluación de los cambios en la productividad, eficiencia y tecnología en el período en que la Se implementa la iniciativa. Esta información es crítica para Los que implementan la iniciativa de benchmarking como progreso. Se puede establecer un retroceso para cada participante.WSA para cada año de la iniciativa. Sharp Gary, & Brettenny Warren. (2018, p. 37).

La efectividad se refiere a los cambios en las habilidades, el conocimiento y la actitud de los estudiantes después de la finalización de una actividad o curso (Según lo sugerido por Alavi (1994), este constructo es Definido en términos de aprendizaje auto-reportado y evaluación de la experiencia en el aula. Específicamente, escalas de aprendizaje desarrolladas por Alavi (1994) para medir la efectividad del aprendizaje colaborativo incluyen tres dimensiones referidas al desarrollo de habilidades percibidas, auto-reportado entendimiento de Conocimientos básicos y motivación de aprendizaje durante el tiempo en clase. Pérez, A., Collado, J., García de los Salmones, M. del M., Herrero, Á., & Martín, H. S. (2019, P. 47- 65).

1.3.2.5. Logística de transporte

Se acentúa que la función de la logística del transporte se enfoca en ocuparse de todas las actividades directa o indirectamente con la necesidad de instalar cada uno de los productos en el camino que les corresponde, de acuerdo con unas condicionantes de convicción, función y valor, por lo tanto, en un sentido más espacioso, se define como transporte a la actividad de llevar trasladar un producto o material hasta el rumbo que le corresponde. (Aníbal, 2014)

Ello nos indica que la logística de transporte es la planificación de la trasladación de los insumos o los productos hasta su destino determinado, asegurándose que la carga llegue a su destino, el despacho llegue a tiempo y en las mejores condiciones para los clientes que la requieren.

El término "logística de transporte" Button (2010) encuentra que Las definiciones de logística de transporte no siempre son precisas. Pero hay una idea útil de un experto en logística británico, Jim Cooper, quien definió la logística de transporte como la "relación entre el transporte y los enfoques integrados para Logística y gestión de la cadena de suministro". En otras palabras, el foco principal es el movimiento de mercancías en una cadena de suministro, que es más que un mero transporte de mercancías, ya que abarca marcos comerciales y operativos completos dentro de los cuales el movimiento o movimiento de la carga se planifica, gestiona y finalmente se lleva a cabo. Por lo tanto, la logística de transporte podría considerarse como un término más amplio que Transporte solo, pero una su actividad de logística y suministro. gestión de la cadena. topolńek, d., ťiņiŭnienė, k., & cvahte ojsterńek, t. (2018, pp. 1196-1203).

Respecto a los resultados de la solución modelo de Optimización de la logística del transporte de biomasa forestal en hormigón. condiciones, se puede afirmar que el MODI matemático Métodos aplicables para resolver problemas de transporte. Estas Los métodos pueden utilizarse no sólo en el transporte por carretera, sino también en Otros tipos de transporte utilizados para el transporte de biomasa y biocombustible a base de madera (especialmente transporte por ferrocarril o por mar). Gejdoń, M., Gergeľ, T., Jeřábek, K., & Hřebítek, Z. (2018, pp. 246-249).

Para proporcionar un funcionamiento eficiente y sin problemas de la empresa virtual es necesario controlar el Plazo de entrega de componentes específicos para productos

manufacturados. La empresa virtual está dirigida a reducción de tiendas; El ensamblaje del producto requiere entregas puntuales de todos los componentes, por lo que El transporte se convierte en un eslabón clave en la cadena de suministro. Así, el presente artículo se ocupa de Resolviendo los problemas de la logística del transporte. El papel clave del transporte en logística se debe a que representa una gran proporción de los costos de transporte dentro de los costos logísticos totales y apoya flujo de materiales. Dentro de la estructura de la producción pública, el transporte se refiere a la producción de Servicios de material. Port performance in container transport logistics: A multi-stakeholder perspective. (2018

Los procedimientos de logística para reducir las externalidades ambientales no siempre son aceptados por las partes interesadas del negocio. así como por operadores logísticos. De hecho, hay buenos argumentos para ellos llamados paradojas de la logística verde Las mejoras en el negocio del transporte que reducen los costos internos a menudo conducen a un aumento de los costos externos (Tabla 3). Rosen (2002) define las externalidades de la siguiente manera: "Cuando la actividad de una entidad (una persona o una empresa) afecta directamente el bienestar de otra de una manera que está fuera El mecanismo del mercado, ese efecto se llama una externalidad ". El costo del daño de tales actividades que no está cubierto por la entidad que lo ha hecho, representa un costo social y Se llama el costo externo. Jugoviš, T. P., & Vukiš, L. (2016, pp. 120-127).

1.4. Formulación del problema:

General

¿Cuál es la relación entre la gestión de almacenes con la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., San Luis 2019?

Específicos

¿Cuál es la relación entre la rotación de inventario y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., 2019?

¿Cuál es la relación entre el control de existencias y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., 2019? ¿Cuál es la relación entre el almacenamiento de materiales y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., 2019?

¿Cuál es la relación entre la selección de proveedores y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., 2019?

1.5. Justificación de estudio

Teórica

La presente investigación busca colaborar con la indagación de la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización. En la cual la primera variable se enfoca en el proceso de función logística, entretanto la segunda variable se enfoca utilizar el mínimo de recursos realizando una buena comercialización de productos. con ello se pretende dar a conocer si (Ferquiperu S.R.L.) está desarrollando una buena gestión de almacenes y si ello no afecta la eficiencia en la comercialización, es decir si existe correlación positiva o negativa con el propósito de supervisar si esto podría afectar en la gestión de la organización.

Metodológica

Es por ello que con nuestra indagación se busca aportar propuestas de solución para que más adelante en un futuro se pueda corregir la insuficiencia que se encuentra en la empresa y disminuir el margen de error en nuestra gestión de almacenes. Se aplicaron técnicas de encuesta y entrevista. El cuestionario fue aplicado a los trabajadores que conforman el área del almacén de (Ferquiperu S.R.L.) a su vez tuvo como apoyo al gerente general Alejandro villa Samaniego. Este método fue validado por tres especialistas en el ámbito de la investigación, que confirman su validez y confiabilidad, para su aplicación.

Práctica

Para ello, se empleará como instrumento una encuesta que se realizará dentro de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L. con una población de 30 trabajadores teniendo como muestra a la totalidad de la población con el propósito de obtener datos reales que nos ayudaran a realizar nuestra indagación de manera verídica. Es por ella que la investigación suministra información verídica que ayudara a mejorar algunas falencias que presente a la empresa con el fin de mejorar la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización.

1.6. Hipótesis

General

Existe relación entre la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., San Luis 2019.

Específicos

Existe relación entre la rotación de inventarios y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., 2019.

Existe relación entre el control de existencias y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., 2019.

Existe relación entre el almacenamiento de materiales y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., 2019.

Existe relación entre la selección de proveedores y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., 2019.

1.7. Objetivo

General

Describir la relación entre la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., 2019.

Específicos

Determinar la relación entre la orientación al cliente y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., 2019.

Determinar la relación entre el control de existencias y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., 2019.

Determinar la relación entre el almacenamiento de materiales y la eficiencia en la comercialización de la satisfacción del cliente en la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., 2019.

Determinar la relación entre la selección de proveedores y la eficiencia en la comercialización del desempeño del trabajador de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., 2019.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y Diseño de investigación

2.1.1. Enfoque de Investigación

Según Galeano, M. (2004):

El enfoque cuantitativo el problema metodológico central se relaciona con la medición de los conceptos que orientan teóricamente el proceso de conocimientos.

La evaluación del presente trabajo siguió un enfoque cuantitativo por lo que busca establecer la relación existente entre dos variables (gestión de Almacenes y Eficiencia en la comercialización), la cual se va a instrumentalizar con valores matemáticos.

2.1.2. Tipo de investigación

Según el autor Rodríguez, M. (2012), define:

A la investigación aplicada se le denomina también activa o dinámica y se encuentra íntimamente ligada a la anterior ya que depende de sus descubrimientos y aportes teóricos. Aquí se aplica la investigación a problemas concretos, en circunstancias y características concretos. Esta forma de investigación se dirige a una utilización inmediata y no al desarrollo de teorías.

La presente investigación es aplicada ya que tuvo como objetivo obtener nuevos conocimientos en base a la recopilación de información mediante la investigación, lo cual ayudara a complementar la información previa existente.

2.1.3. Nivel de investigación

Según Burns, N. & Grove, K. (2005) nos dice que:

La investigación correlacional implica la investigación sistemática de relaciones entre dos o más variables. Para poder llevar esto a cabo, el investigador mide las variables seleccionadas en una muestra y entonces utiliza las estadísticas correlacionales para determinar las relaciones entre las variables.

La presente investigación fue correlacional, ya que se estableció la relación existente entre las dos variables mencionadas (gestión de almacenes y eficiencia en la comercialización).

2.1.4. Diseño

Lopez, J. (2017):

El diseño no experimental hace referencia al proceso de indagación en el que se recogen datos sin intentar inducir ningún cambio. [...], a partir del objeto de estudio y se procede a la observación de los datos sin la manipulación de variables. El diseño experimental tiene un mayor control, e infiere relaciones causales, sin embargo, la investigación no experimental es natural y cercana al contexto y a la realidad.

Se desarrolló una investigación no experimental de corte transversal, ya que no se manipularon las variables y se estudiaron en su escenario natural, asimismo la presente investigación y los resultados obtenidos fueron en base a un momento determinado.

2.2 Variables, Operacionalización

2.2.1. Variables

Variable 1: Gestión de almacenes

Variable 2: Eficiencia en la comercialización

Tabla 1**Cuadro de operacionalización de la variable: “Gestión de almacenes”**

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Gestión de Almacenes	Según Calderón una buena gestión de almacenes es fundamental para tener a la vista el registro de materiales existentes, por ello la importancia de controlarlos y saber cuánto de stock se encuentra en el almacén. Existen argumentos por el cual se requiere la información de las existencias, ya que por medio de ello la empresa no quedara en incertidumbre, por si falta algún producto que se desea comercializar y no estar en incertidumbre por falta de productos; estar adelantados en la demanda y oferta y mantener el tránsito entre los puntos de producción o almacenamiento. (2014, p. 07).	Esta variable se ha presentado en cuanto a su organización en 4 dimensiones que son evaluadas por un total de 8 indicadores	Rotación de inventario	Nivel de tiempo en la rotación de materiales	Ordinal
				Control de la función logística	Ordinal
			Control de existencias	Supervisión de los materiales	Ordinal
				Cantidad de productos recibidos	Ordinal
			Almacenamiento de materiales	Recepción y manejo adecuado	Ordinal
				Flexibilidad de uso	Ordinal
			Selección de proveedores	Comparación de presupuestos	Ordinal
				Clasificación del tipo de abastecedor	Ordinal

Tabla 2**Cuadro de operacionalización de la variable: “Eficiencia en la comercialización”**

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición
Eficiencia en la comercialización	Se encarga de que se desarrolle una gestión apropiada, la eficiencia en la comercialización es fundamental para atender las exigencias de cada uno de los clientes y cumplir sus expectativas en cada compra que realizan. (Fernando, 2018)	Esta variable se ha presentado en cuanto a su organización en 5 dimensiones que son evaluadas por un total de 10 indicadores, considerando un total de 10 preguntas al gerente de almacenes.	Orientación al cliente	Disponibilidad de atendimento	Ordinal
				Proceso de entrega	Ordinal
			Satisfacción del cliente	Calidad del producto entregado	Ordinal
				Cumplimiento de las especificaciones del producto	Ordinal
			Desempeño del trabajador	Horas empleadas para supervisar los envíos	Ordinal
				Supervisar el ingreso de productos	
			efectividad	Eficiencia en las entregas	Ordinal
				Eficacia para las entregas de los materiales	
			Logística del transporte	Tiempo de llegada de los materiales	Ordinal

2.3 Población, muestra y muestreo

2.3.1. Población

Según Arias (2006) define población a:

Un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas conclusiones de la investigación. Esta queda determinada por el problema y por los objetivos del estudio (p. 81)

Esta presente investigación está compuesta por una población objetiva de 30 colaboradores que laboran en la segunda planta (Paucartambo - cerro de Pasco) y el resto del personal en la central por san Luis.

2.3.2. Muestra

Según el Arias (2006) define muestra como:

Se entiende por muestra al "subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible" (Ob. cit. p. 83). Es decir, representa una parte de la población objeto de estudio. De allí es importante asegurarse que los elementos de la muestra sean lo suficientemente representativos de la población que permita hacer generalizaciones.

Para poder llevar a cabo esta investigación, debido al reducido número de trabajadores, se considera pertinente utilizar toda la población (30 colaboradores), para obtener un mejor resultado.

2.3.3. Muestreo

Según Fideas Arias (2006):

Para seleccionar la muestra se utilizaron técnicas y procedimientos denominado muestreo, existen dos tipos básicos

Se desarrolló mediante un muestreo no probabilístico, por conveniencia ya que se tiene un registro total de los colaboradores que conforma la segunda planta del Ferquiperu S.R.L.

Para no generar mayores costos en la investigación ni pérdida de tiempo.

2.3.4. Criterios de inclusión y exclusión

2.3.4.1. Inclusión

Según la UNESCO. (2014):

la inclusión es un enfoque que responde positivamente a la diversidad de las personas y a las diferencias individuales, entendiendo que la diversidad no es un problema, sino una oportunidad para el enriquecimiento de la sociedad, a través de la activa participación en la vida familiar, en la educación, en el trabajo y en general en todos los procesos sociales, culturales y en las comunidades.

Para la investigación se consideró a la totalidad de los trabajadores de las dos plantas donde se laboran (Ferquiperu S.R.L.)

2.3.4.2. Exclusión

Según Pérez, P. & Merino, M. (2010):

exclusión es la acción y efecto de excluir (quitar a alguien o algo de un lugar, descartar, rechazar, negar posibilidades).

Para el presente trabajo no se tomará en cuenta a aquellos trabajadores que no pertenezcan al área de almacén de Ferquiperu S.R.L. San Luis 2019.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.1. Técnica e instrumento

Soriano, R. (1996):

Señala que al referirse a las técnicas e instrumentos para recopilar información como la de campo, lo siguiente:

Que el volumen y el tipo de información-cualitativa y cuantitativa- que se recaben en el trabajo de campo deben estar plenamente justificados por los objetivos e hipótesis de la investigación, o de lo contrario se corre el riesgo de recopilar datos de poca o ninguna utilidad para efectuar un análisis adecuado del problema.

Tabla N° 3

Cuadro de técnicas e instrumentos

Variable	Técnica	Instrumento
Gestión de almacenes	Encuesta	Cuestionario
Eficiencia en la comercialización	Encuesta	Cuestionario

El cuestionario contendrá 31 ítems, los cuales van a permitir medir las variables mencionadas y las dimensiones que se desglosan de ellas (v 1: gestión de almacenes: 4 dimensiones, 8 indicadores; V 2: productividad: 5 dimensiones ,9 indicadores) debido a que los datos son de tipo ordinal, se utiliza la escala de Likert, que nos ayudara a medir el nivel de acuerdo o en desacuerdo respecto a las afirmaciones planteadas en el cuestionario.

2.4.2. Validez

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (1998),”la validez en términos generales se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” Formula de coeficiente de validación:

Se Realizó la validez por contenido, donde los expertos evaluaron cada una de las preguntas realizadas en el cuestionario, para poder medir los indicadores planteados y mejorar aquellos que van a favorecer al propósito deseado.

$$C = \frac{\sum_{i=1}^c \sum_{j=1}^k X_{ij}}{c * k} \%$$

Donde:

CV: Coeficiente de validación

Xij: Valoración del criterio “i”, por el experto “j”

C: N° de criterios

K: N° de expertos que validan

Se coloca el valor otorgado por cada especialista, de acuerdo con los criterios del formato. Luego se suma el puntaje de los tres y se divide entre el total de puntajes colocados para obtener así el coeficiente de validación.

Tabla N° 4

Variable 1: Gestión de Almacenes				
CRITERIOS	EXP. 01	EXP. 02	EXP. 03	TOTAL
Claridad	90%	85%	80%	255%
Objetividad	90%	85%	80%	255%
Pertenencia	90%	85%	80%	255%
Actualidad	90%	85%	80%	255%
Organización	90%	85%	80%	255%
Suficiencia	90%	85%	80%	255%
Intencionalidad	90%	85%	80%	255%
Consistencia	90%	85%	80%	255%
Coherencia	90%	85%	80%	255%
Metodología	90%	85%	80%	255%
<i>fuentes: elaboración propia</i>			TOTAL	2550%
			CV	85%

La validez promedio del instrumento por juicio de expertos en la variable calidad de servicio es de 83%, obteniendo una calificación excelente (81% - 100%).

Tabla 5

Validación de expertos variable Eficiencia en la Comercialización

Variable II: Eficiencia en la Comercialización				
CRITERIOS	EXP. 01	EXP. 02	EXP. 03	TOTAL
Claridad	90%	85%	80%	255%
Objetividad	90%	85%	80%	255%
Pertenencia	90%	85%	80%	255%
Actualidad	90%	85%	80%	255%
Organización	90%	85%	80%	255%
Suficiencia	90%	85%	80%	255%
Intencionalidad	90%	85%	80%	255%
Consistencia	90%	85%	80%	255%
Coherencia	90%	85%	80%	255%
Metodología	90%	85%	80%	255%
<i>fuentes: elaboración propia</i>			TOTAL	2550%
			CV	85%

La validez promedio del instrumento por juicio de expertos en la variable calidad de servicio es de 83%, obteniendo una calificación excelente (81% - 100%).

A continuación, se presenta el grado y el nombre de los tres expertos que participaron cordialmente en la validación del instrumento.

Grado y Nombre	
Experto N°1	Dr. Mory Chiparra Willian
Experto N°2	Dr. Bardales Cardenas Miguel
Experto N°3	Mg. Villar Castillo, Freddy

Fuente: Elaboración propia

2.4.3. Confiabilidad

Para Baechle y Earle (2007). la validez es el grado en que una prueba o ítem de la prueba mide lo que pretende medir; es la característica más importante de una prueba.

CRITERIO DE CONFIABILIDAD VALORES:

Según Aiken, L. (2003)

La confiabilidad corresponde a las pruebas referidas a normas, las cuales están diseñadas principalmente para diferenciar entre individuos que poseen varias cantidades de una característica específica.

Tabla 7

Criterios de Confiabilidad

No es confiable	-1 a 0
Baja confiabilidad	0.01 a 0. 49
Moderada confiabilidad	0.5 a 0.75
Fuerte confiabilidad	0.76 a 0.89
Alta confiabilidad	0.9 a 1

Tabla 8

Cuadro de alfa de Cronbach de Gestión de almacenes y eficiencia en la comercialización

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,861	27

Fuente: Cuestionario

El alfa de Cronbach arroja un valor de 0,861 lo cual indica que el cuestionario es altamente viable y está listo para su aplicación a la muestra total.

Tabla 9

Cuadro de alfa de Cronbach de la Gestión de Almacenes

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,841	12

Fuente: Cuestionario

En lo que respecta el alfa de Cronbach para el cuestionario de gestión de almacenes se obtuvo un estadístico de 0.841 lo cual indica que el cuestionario es altamente confiable.

Tabla 10

Cuadro de alfa de Cronbach de Eficiencia en la Comercialización

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,643	15

Fuente: Cuestionario

En lo que respecta el alfa de Cronbach para el cuestionario de eficiencia en la comercialización se obtuvo un estadístico de 0.643 lo cual indica que el cuestionario es altamente confiable.

2.5. Métodos de análisis de datos

2.5.1 Análisis de datos cuantitativos

2.5.1.1. Estadística descriptiva

Según Rendon, M. (2016):

La estadística descriptiva es la rama de la estadística que formula recomendaciones de cómo resumir, de forma clara y sencilla, los datos de una investigación en cuadros, tablas, figuras o gráficos.

El análisis de datos cuantitativos se desarrolló mediante el programa computacional SPSS V.20 estadísticas, versión 24, se empleará la matriz de datos y la estadística descriptiva que abarca la distribución de frecuencias, las medidas de tendencia central y las medidas de variabilidad. Asimismo, el programa Excel para realizar la tabulación de los datos obtenidos en el cuestionario.

2.5.1.2. Estadística Inferencial

Leonardo, J. (2015):

Estadística inferencial comprende las técnicas mediante las cuales se toman decisiones acerca de un proceso o de una población estadística solo con base en la observación de una muestra.

Luego de desarrollar el análisis descriptivo, se procedió con el análisis de datos cuantitativos mediante la estadística inferencial, estimando parámetros, probando hipótesis y aplicando la distribución maestra. Aplicando el análisis no paramétrico, Rho de Spearman ya que se desarrolló con medición ordinal.

2.6. Aspectos Éticos

La presente investigación se desarrolló de acuerdo con los parámetros de investigación propuestos por la universidad Cesar Vallejo, asimismo para su redacción se aplicarán las normas APA, el cuestionario será resuelto con consentimiento de la empresa FQDP, y de los mismos encuestados de forma anónima. La participación será totalmente voluntaria Y los colaboradores tienen conocimiento del propósito de la investigación en la que están participando.

III. RESULTADO

3.1 Resultado descriptivo

Características de la muestra

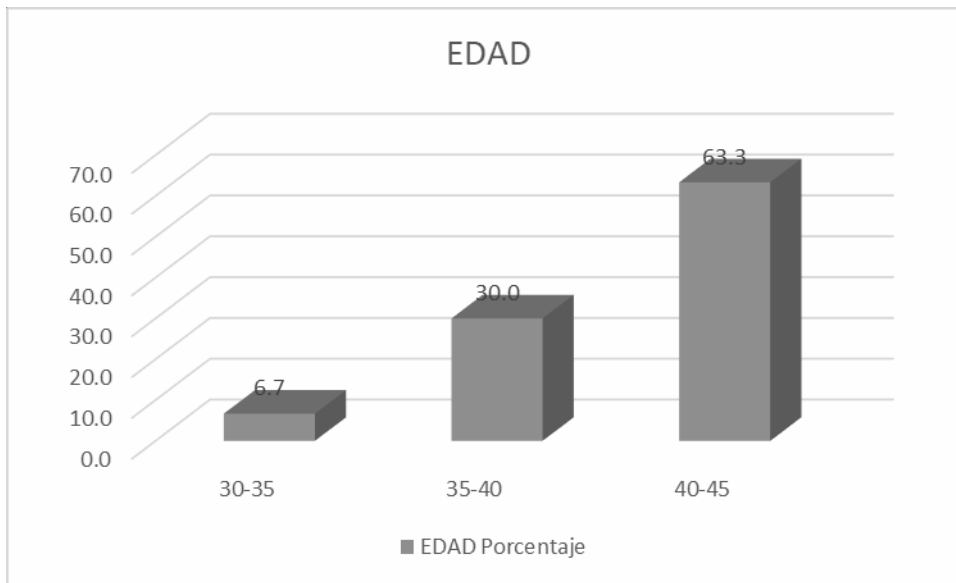


Figura 1. Edad de los encuestados

Interpretación:

El gráfico nos muestra que en su mayoría (63.3%) los colaboradores tienen una edad que oscila entre los 40 y 45 años, y muy pocos (6.7%) tienen una edad entre los 30 y 35 años.

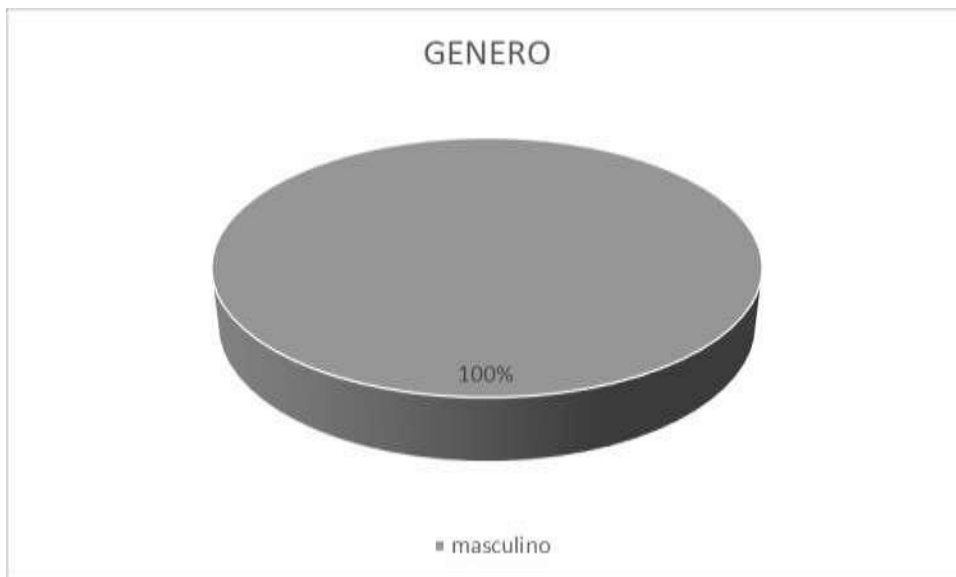


Figura 2. Genero de los encuestados

Interpretación:

Como se puede apreciar el total de los trabajadores encuestados de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú SRL, son del género masculino.

3.2 Estadístico descriptivo de la Rotación de inventarios

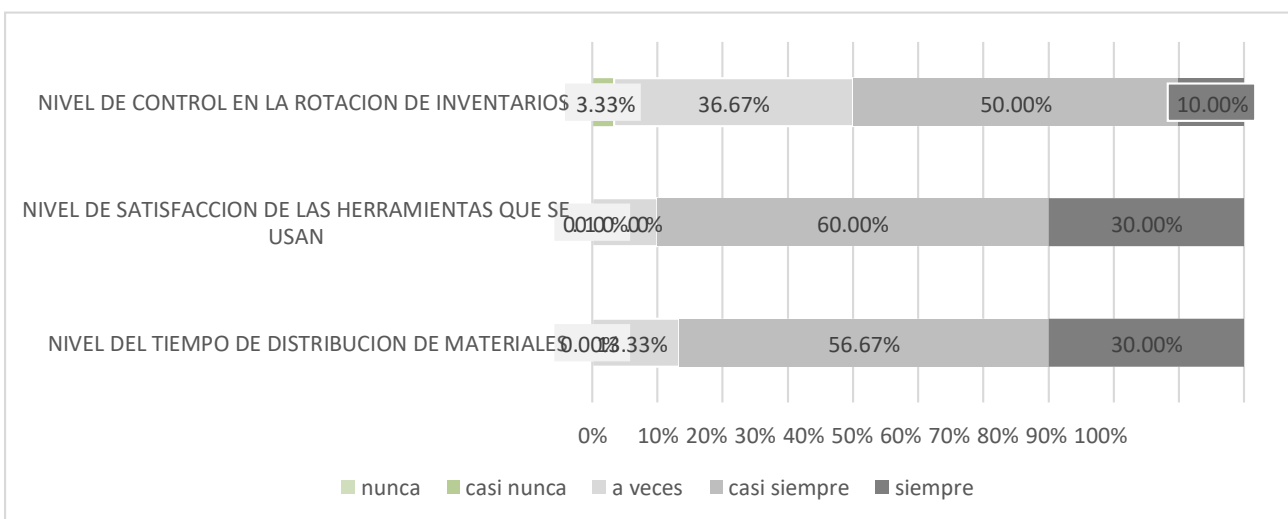


Figura 3. Rotación de inventarios

Interpretación:

Respecto a los indicadores que determinan la dimensión rotación de inventarios, se puede observar que en su mayoría casi siempre existe un alto nivel en todos los aspectos, sobre todo en la satisfacción de las herramientas que se utilizan, que arroja un porcentaje del 60%.

3.3 Estadístico descriptivo de control de la función logística

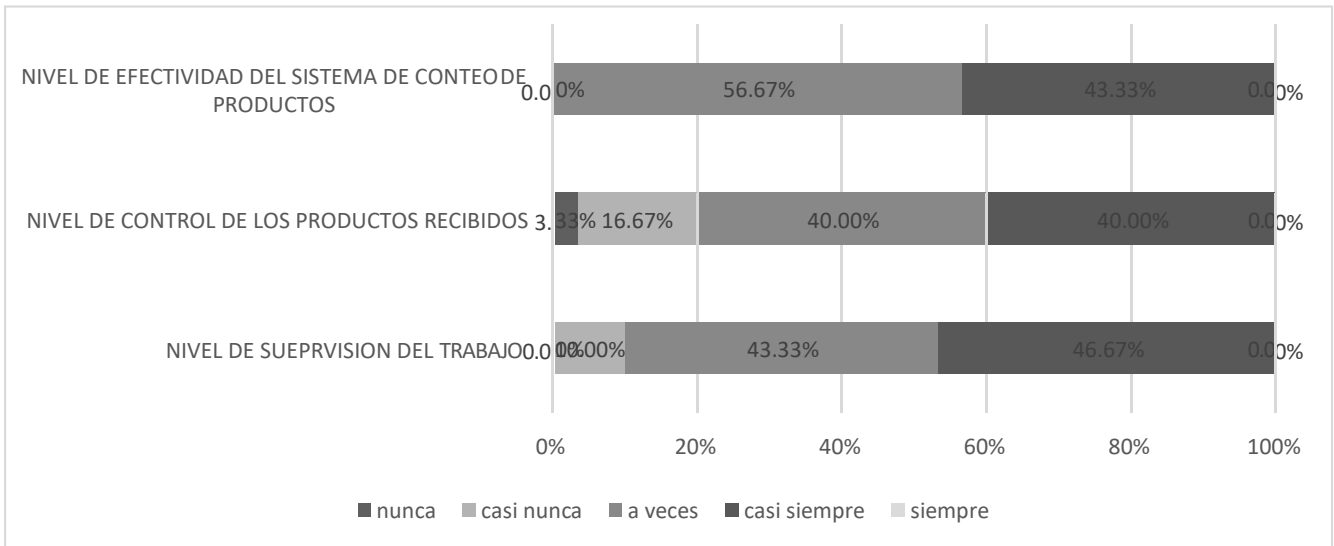


Figura 4. Control de la función logística

Interpretación:

Respecto a los indicadores que determinan la dimensión control de la función logística, se puede observar que en su mayoría casi siempre y siempre existe un alto nivel en todos los aspectos, el que destaca más es en la efectividad del conteo de productos donde un 56.67% manifiesta que es efectiva.

3.4 Estadístico descriptivo de almacenamiento de materiales

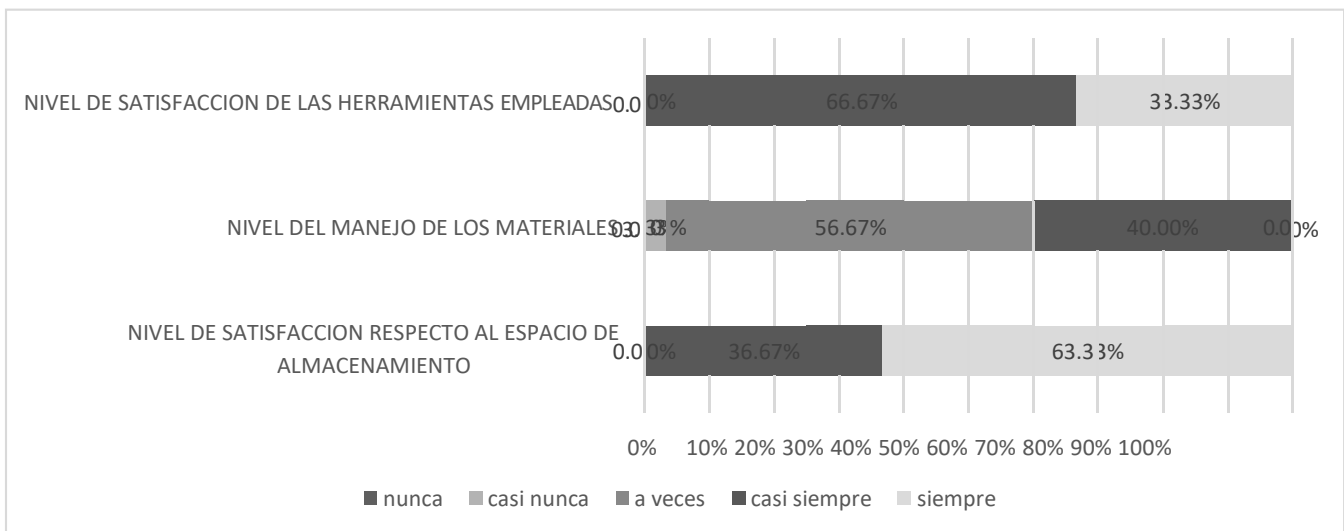


Figura 5. Almacenamiento de materiales

Interpretación:

Respecto a los indicadores que determinan la dimensión almacenamiento de materiales, cabe destacar que los porcentajes que lideran están entre siempre y casi siempre, sobre todo en el nivel de satisfacción de las herramientas donde un 66.67% manifiesta que casi siempre se da, y en el nivel de satisfacción respecto al espacio de almacenamiento que tiene un porcentaje de 63.33% en siempre.

3.5 Estadístico descriptivo de la selección de proveedores

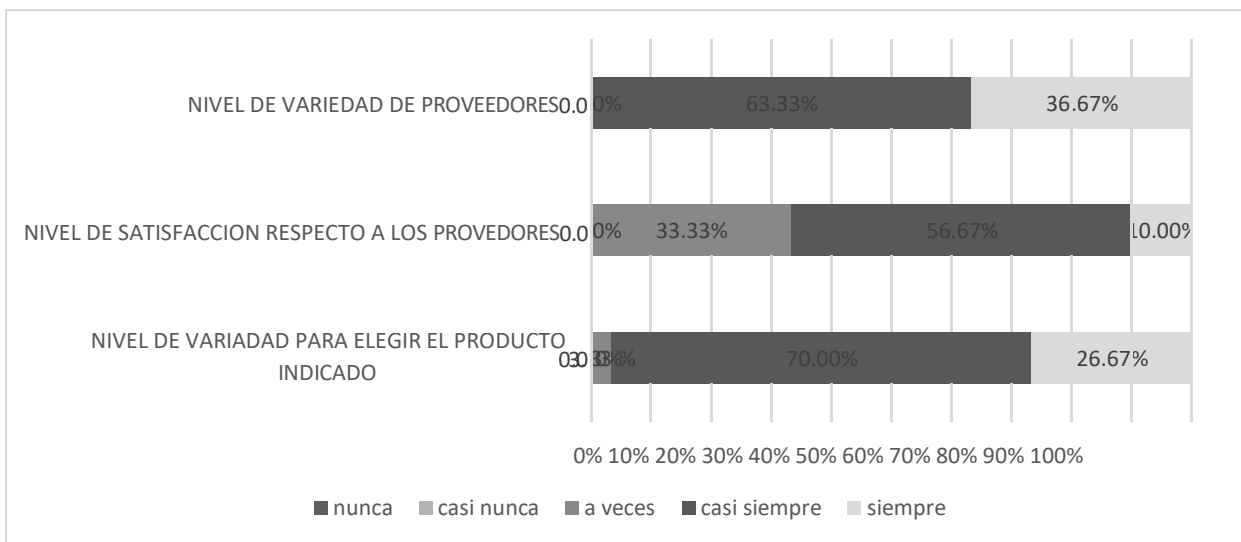


Figura 6. Selección de proveedores

Interpretación:

Respecto a los indicadores que determinan la dimensión selección de proveedores, el mayor índice de respuesta indica que casi siempre hay un alto nivel de variedad, de satisfacción y sobre todo que la gama de productos es variada (70%).

3.6 Estadístico descriptivo de la orientación al cliente

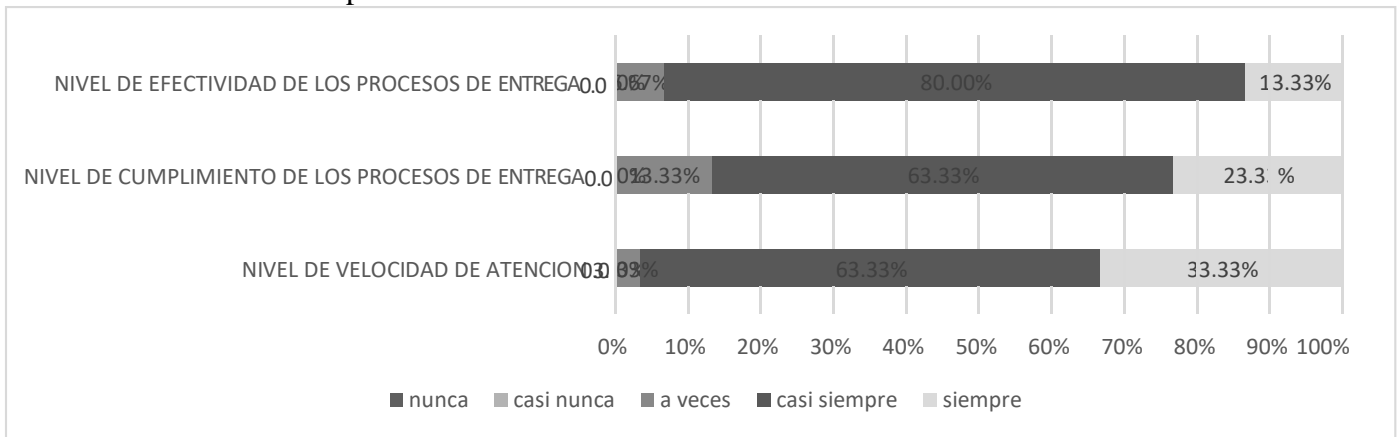


Figura 7. Orientación al cliente

Interpretación:

Respecto a los indicadores que determinan la dimensión orientación al cliente, la mayoría considera que casi siempre existe un nivel alto velocidad de atención, un cumplimiento en las entregas y sobre todo un alto nivel de efectividad en los procesos de entrega (80%)

3.7 Estadístico descriptivo de la satisfacción del cliente

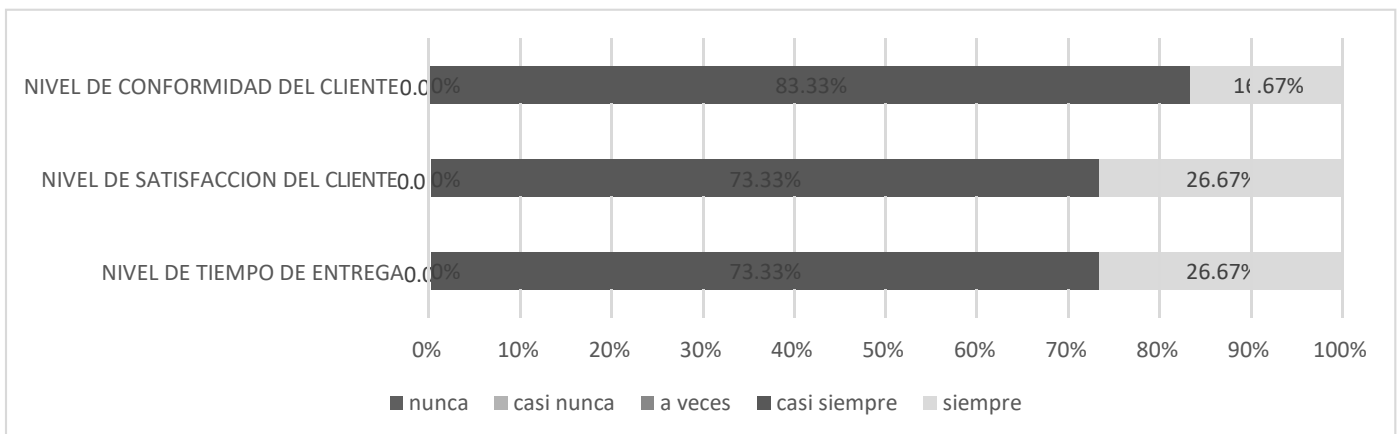


Figura 8. Satisfacción del cliente

Interpretación:

Respecto a los indicadores que determinan la dimensión satisfacción del cliente, es notorio que casi siempre se logra cumplir con un alto nivel de tiempo de entrega, satisfacción y sobre todo de conformidad (83.33%)

3.8 Estadístico descriptivo de desempeño del trabajador

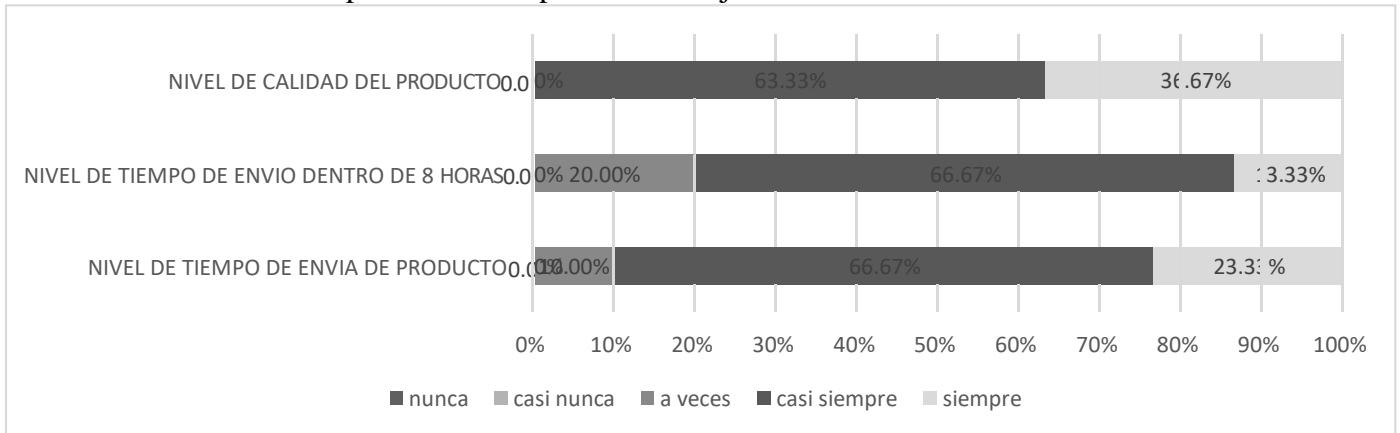


Figura 9. Desempeño del trabajador

Interpretación:

Respecto a los indicadores que determinan la dimensión desempeño del trabajador, ellos consideran que casi siempre se realiza una buena labor respecto a la calidad del producto que se elabora, al tiempo de entrega dentro de su jornada laboral y al tiempo de envío del producto, los porcentajes oscilan entre 63.33% y 66.67%.

3.9 Estadístico descriptivo de la efectividad

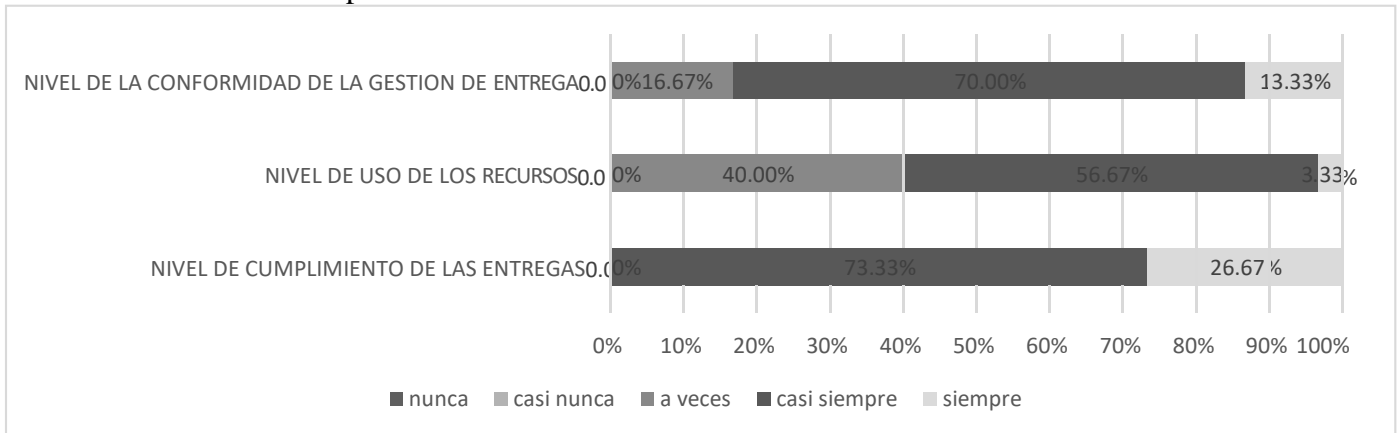


Figura 10. Efectividad

Interpretación:

Respecto a los indicadores que determinan la dimensión efectividad, se puede observar que el índice de respuesta en casi siempre es el mayor, por lo tanto, casi siempre existe conformidad en la entrega, se usa correctamente los recursos y, sobre todo, se cumplen con las entregas (73.33%).

3.9 Estadístico descriptivo de Logística

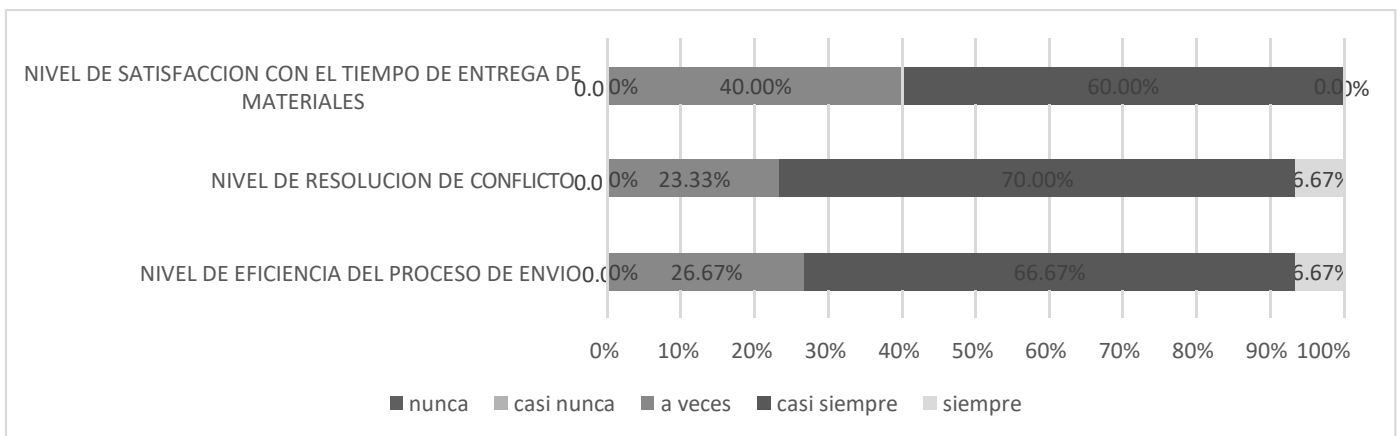


Figura 11. Logística

Interpretación:

Respecto a los indicadores que determinan la dimensión Logística, se puede observar que el índice de respuesta en casi siempre es el mayor, por lo tanto, casi siempre existe satisfacción en el tiempo de entrega de los materiales, la resolución de conflictos (70%) y la eficiencia del proceso de envío.

3.2 Prueba de hipótesis general

Prueba de hipótesis correlacional entre Gestión de almacenes y eficiencia en la comercialización

Tabla 11. Rango de la rho spearman

RANGO DE LA RELACIÓN DE LA RHO DE SPEARMAN	
-0.91 a -1.00	Correlación negativa perfecta
-0.76 a -0.90	Correlación negativa muy fuerte
-0.51 a -0.75	Correlación negativa considerable
-0.11 a -0.50	Correlación negativa media
-0.01 a -0.10	Correlación negativa débil
0.00	No existe correlación
+0.01 a +0.10	Correlación positiva débil
+0.11 a +0.50	Correlación positiva media
+0.51 a +0.75	Correlación positiva considerable
+0.76 a +0.90	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Mondragón, A. (2014)

H0: No existe relación entre la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización en Ferquiperu S.R.L. San Luis -2019.

H1: Existe relación entre la gestión de almacenes u la eficiencia en la comercialización en Ferquiperu S.R.L. San Luis -2019.

Estrategia de Prueba:

Si el valor Sig. es ≥ 0.05 se acepta la hipótesis nula.

Si el valor Sig. es < 0.05 se rechaza la hipótesis nula

Tabla 12

Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización

			Gestión de almacene s	Eficiencia en la comercializació n n
Rho de Spearman	Gestión de almacenes	Coeficiente de correlación	1,000	,387*
		Sig. (bilateral)	.	,034
		N	30	30
	Eficiencia en la comercialización	Coeficiente de correlación	,387*	1,000
		Sig. (bilateral)	,034	.
		N	30	30

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: Teniendo en cuenta la hipótesis general planteada, se procedió a desarrollar el análisis en base a los datos obtenidos de la encuesta aplicada, utilizando el software del SPSS 22.

En la tabla N°12 se puede ver que el valor de Sig. (Bilateral) es equivalente a 0.034, es decir que es menor al $p = 0.05$. Por ello, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, donde indica que existe relación entre las variables.

Por lo cual se acepta la relación entre la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú SRL, SAN LUIS – 2019, ya que guarda relación, por lo cual mediante un coeficiente de correlación del Rho de Spearman = 0.387. En conclusión, existe una correlación positiva considerable.

3.3 Prueba de hipótesis específicas

3.3.1. Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización

H0: No existe relación entre la rotación de inventario y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú SRL, SAN LUIS – 2019.

H1: Existe relación entre la rotación de inventario y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú SRL, SAN LUIS – 2019.

Estrategia de la Prueba:

Si el valor Sig. es ≥ 0.05 se acepta la hipótesis nula.

Tabla N° 13

Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización

Si el valor Sig. es < 0.05 se rechaza la hipótesis nula.

Correlaciones			Rotación de inventarios	Eficiencia en la comercialización
Rho de Spearman	Rotación de inventarios	Coeficiente de correlación	1,000	,071
		Sig. (bilateral)	.	,708
		N	30	30
	Eficiencia en la comercialización	Coeficiente de correlación	,071	1,000
		Sig. (bilateral)	,708	.
		N	30	30

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

Fuente: elaboración propia – base de datos

Interpretación: Teniendo en cuenta la primera hipótesis específica planteada, se ha procedido a desarrollar el análisis correspondiente en base a los datos obtenidos de la encuesta aplicada, utilizando el software del SPSS 22.

En la tabla N°13 se observa que el valor de Sig. (Bilateral) es equivalente a 0.708, es decir que es mayor al $p = 0.05$. Por ende, se rechaza la hipótesis nula y en consecuencia se acepta la hipótesis alterna, donde indica que no existe relación entre la primera dimensión y la segunda variable.

Por ende, hay suficiente respaldo estadístico para descartar la relación entre rotación de inventario y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú SRL, SAN LUIS – 2019, mediante un coeficiente de correlación del Rho de Spearman = 0.071

3.3.1 Prueba de hipótesis correlacional entre control de existencias y eficiencia en la comercialización

HO: No existe relación entre control de existencias y eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú SRL, SAN LUIS – 2019.

H1: Existe relación entre control de existencias y eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú SRL, SAN LUIS – 2019.

Estrategia de la prueba:

Si el valor Sig. es ≥ 0.05 se acepta la hipótesis nula.

Si el valor Sig. es < 0.05 se rechaza la hipótesis nula.

Tabla N° 14

Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización

Correlaciones

			Control de existencias	Eficiencia en la comercialización
			n	n
Rho de Spearman	Control de existencias	Coeficiente de correlación	1,000	,620**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	30	30
	Eficiencia en la comercialización	Coeficiente de correlación	,620**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	30	30

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

Interpretación: Teniendo en cuenta la primera hipótesis específica planteada, se ha procedido a desarrollar el análisis correspondiente en base a los datos obtenidos de la encuesta aplicada, utilizando el software del SPSS 22.

En la tabla N°14 se observa que el valor de Sig. (Bilateral) es equivalente a 0.000, es decir que es menor al $p = 0.05$. Por ende, se rechaza la hipótesis nula y en consecuencia se acepta la hipótesis alterna, donde indica que si existe relación entre el control de existencias y la eficiencia en la comercialización.

Por ende, hay suficiente respaldo estadístico para confirmar la relación entre control de existencias y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú SRL, SAN LUIS 2019, mediante un coeficiente de correlación del Rho de Spearman = 0.620. En otras palabras, se considera una correlación positiva considerable.

3.3.3. Prueba de hipótesis correlacional entre almacenamiento de materiales y la eficiencia en la comercialización

HO: No existe relación entre almacenamiento de materiales y eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú SRL, SAN LUIS – 2019.

H1: Existe relación entre almacenamiento de materiales y eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú SRL, SAN LUIS – 2019.

Estrategia de la prueba:

Si el valor Sig. es ≥ 0.05 se acepta la hipótesis nula.

Si el valor Sig. es < 0.05 se rechaza la hipótesis nula

Tabla N° 15

Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión de almacenes y la eficiencia

		Almacenamiento de materiales	Eficiencia en la comercialización
Rho de Spearman	Almacenamiento de materiales	Coefficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,301
		N	30
Eficiencia en la comercialización		Coefficiente de correlación	,301
		Sig. (bilateral)	,106
		N	30

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: Teniendo en cuenta la primera hipótesis específica planteada, se ha procedido a desarrollar el análisis correspondiente en base a los datos obtenidos de la encuesta aplicada, utilizando el software del SPSS 22.

En la tabla N°15 se observa que el valor de Sig. (Bilateral) es equivalente a 0.106, es decir que es mayor al $p = 0.05$. Por ende, se rechaza la hipótesis nula y en consecuencia se acepta la hipótesis alterna, donde indica que no existe relación entre la segunda dimensión y la segunda variable.

Por ende, hay suficiente respaldo estadístico para descartar la relación entre almacenamiento de materiales y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú SRL, SAN LUIS – 2019, mediante un coeficiente de correlación del Rho de Spearman = 0.301.

3.2.4. Prueba de hipótesis correlacional entre selección de proveedores y eficiencia en la comercialización

HO: No existe relación entre selección de proveedores y eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú SRL, SAN LUIS – 2019.

H1: Existe relación entre selección de proveedores y eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú SRL, SAN LUIS – 2019.

Estrategia de la prueba:

Si el valor Sig. es ≥ 0.05 se acepta la hipótesis nula.

Si el valor Sig. es < 0.05 se rechaza la hipótesis nula.

Tabla N° 16

Prueba de hipótesis correlacional entre la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización

Correlaciones

			Selección de proveedores	Eficiencia en la comercialización
Rho de Spearman	Selección de proveedores	Coeficiente de correlación	1,000	-,042
		Sig. (bilateral)	.	,827
		N	30	30
	Eficiencia en la comercialización	Coeficiente de correlación	-,042	1,000
		Sig. (bilateral)	,827	.
		N	30	30

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Interpretación: Teniendo en cuenta la primera hipótesis específica planteada, se ha procedido a desarrollar el análisis correspondiente en base a los datos obtenidos de la encuesta aplicada, utilizando el software del SPSS 22.

En la tabla N°16 se observa que el valor de Sig. (Bilateral) es equivalente a 0.827, es decir que es mayor al $p = 0.05$. Por ende, se rechaza la hipótesis nula y en consecuencia se acepta la hipótesis alterna, donde indica que no existe relación entre la segunda dimensión y la segunda variable.

Por ende, hay suficiente respaldo estadístico para descartar la relación entre selección de proveedores y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú SRL, SAN LUIS – 2019, mediante un coeficiente de correlación del Rho de Spearman = - 0.042.

IV. DISCUSIÓN

En la presente investigación se obtuvo como resultados respecto a la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., San Luis 2019, que efectivamente existe una relación positiva, media. Se realizó una comparación y análisis con los antecedentes previos mencionados en la presente investigación, teniendo en cuenta los resultados más destacados.

En la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L, la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización se relacionan con un RHO de Spearman de 0,387. Es decir que cuando los colaboradores almacenan adecuadamente los materiales (66.67%), utilizan las herramientas necesarias, y son supervisados correctamente, existe una eficiente comercialización (73.33%).

Los resultados que se acaban de describir guardan relación con lo encontrado por Mamani (2015), quien indica que existe relación positiva media entre la gestión de almacenes y las estrategias de mercado utilizado en la empresa de muebles. RHO: 0,521. Los colaboradores consideran que, mediante una correcta gestión de almacenes desde todos los niveles, las estrategias de mercado podrán brindar grandes resultados, lo que desencadenara en una eficiente comercialización de los muebles.

De la misma manera en la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L buscan desarrollar un correcto control de existencias, con el espacio necesario y los tiempos determinados, para así poder lograr una eficiente comercialización de existencias. Rho: 0.62 es el grado de correlación entre el control de existencias y la eficiencia en la comercialización.

Asimismo, nuestros resultados son comparables con los encontrados por Vera (2014), quien indica que existe relación entre dichas variables de un Rho: 0,517. Es decir que en la tienda de suministros de limpieza es de vital importancia que exista un control detalla de existencias de cada uno de los productos, para así siempre pueda haber el producto requerido al alcance del cliente, y se alcancen óptimos niveles de eficiencia en la comercialización.

En la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L, maneja una gama variada de proveedores ya que para elaborar los fertilizantes se requieren de diversos insumos, sin embargo, esto no influye en la eficiencia de la comercialización. El grado de significancia (0,827) es mayor al 0,05 por lo tanto no existe relación entre ambos indicadores, aun así, se

considera pertinente contar con una mayor cantidad de proveedores por si alguno presenta demoras en las entrega o disminución en su calidad.

En relación con lo antes mencionado Guerrero, Vargas J Olavarría, Espinoza C. (2017), identificaron en su empresa Molino, que la selección de proveedores y la eficiencia de comercialización se relación con un Rho de 0,842, es decir que para poder brindar un producto de calidad requirieron contar con insumos de calidad y en el tiempo determinado, es decir una correcta gestión de los proveedores, previamente seleccionados.

De igual forma los colaboradores en la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L, buscan seguir mejorando y desarrollando la dimensión de rotación de inventarios, a pesar de que esta no guarda relación con la eficiencia en la comercialización. Ya que su nivel de significancia (0,708) es mayor al 0,05. Eso quiere decir que se busca implementar las correctas estrategias para poder llevar a cabo una rotación de los inventarios eficientemente.

En relación con lo antes mencionado, Castro (2014), en su trabajo de investigación, al relacionar la rotación de inventarios con la eficiencia en la comercialización, obtiene un Rho: 0,684, es decir una relación moderada. Realizando un análisis más profundo se pudo identificar que los trabajadores del Consorcio Stein, al momento de desarrollar toda la gestión correspondiente a los jabones de tocador que elaboran, requieren mejorar el sistema de control y registro de rotación inventarios, ya que muchos pasos se realizan de forma manual, cuando si estos fueran automatizados habría una mejora notoria en la eficiencia de la comercialización.

En la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L, lleva un desordenado proceso de almacenamiento de materiales, muchas veces el registro que se tiene de los insumos guardados en la bodega, no cuadra con lo que realmente hay, sin embargo, esto no influye en la eficiencia de la comercialización. El grado de significancia (0,106) es mayor al 0,05 por lo tanto no existe relación entre ambos indicadores, de igual forma se considera que mediante un control exhaustivo y una nueva metodología de almacenamiento, los resultados podrían ser mejores.

Similar a lo mencionado, Meza, Morales C. (.2018) en su empresa Química Suiza Industrial del Perú, al relacionar estos indicadores obtiene un valor aproximadamente igual de 0,448 en el Rho, lo que indica que la relación es positiva media. En esta empresa, de igual forma que en la de Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L, se identifican diversos cuellos de botella al momento de realizar el almacenamiento de materiales, principalmente por un tema de sistema, lo cual si se innova y actualiza se podrá obtener una mejor eficiencia en la comercialización.

Finalmente, en la empresa de Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L, para poder destacar de la competencia se requiere de una correcta gestión de almacenes, esto le permitirá ser la primera opción de compra de los clientes, ya que satisficiera las necesidades de ellos con productos de calidad y en el menor tiempo posible, lo que se puede denominar como una eficiente comercialización, la relación entre ambas variables es de nivel medio, Rho: 0,387.

En relación con lo antes mencionado Guerrero, Vargas j Olavarria, Espinoza c. (2017), al desarrollar su investigación sobre el molino puno – norte, obtuvieron que estas variables se relacionan de forma positiva considerable, Rho: 0,487. Principalmente la gestión de almacenes que realizan respecto a los insumos y materiales que ingresan al molino se da de forma eficiente, es por ello que rápidamente lograr destacara en el mercado todo gracias a la eficiente comercialización que se dio, por haber desarrollado una correcta gestión.

V. CONCLUSIONES

De acuerdo con los objetivos planteados y a los resultados obtenidos en el proceso de desarrollo de la investigación, se determinan las siguientes conclusiones.

Primera. Se determina que existe una correlación positiva media con un coeficiente de correlación del Rho de Spearman = 0.387, entre la gestión de almacenes y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., SAN LUIS – 2019; es decir que, mediante una correcta gestión de almacenes, se lograra desarrollar una eficiente comercialización.

Segunda. Se concluye que no existe una correlación entre la rotación de inventario y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., SAN LUIS – 2019; ya que su nivel de significancia (0,708) es mayor al 0,05, es decir que, cuando se lleva a cabo una rotación de inventarios sin retrasos, ni cuellos de botella, fluida y correcta; no necesariamente desencadenara en una eficiente comercialización.

Tercera. Se determina que existe correlación positiva media con una correlación del Rho de Spearman = 0.620. Entre el control de existencias y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., SAN LUIS – 2019, es decir que, mediante un control riguroso, con un sistema automatizado y una persona capaz y responsable se puede llevar a cabo un correcto control de existencias que desencadena en una eficiente comercialización.

Cuarta. Se concluye que no existe una relación entre el almacenamiento de materiales y la eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., SAN LUIS – 2019, ya que su nivel de significancia (0,106) es mayor al 0,05 es decir que, al momento de que ingresan y se guardan los materiales en la bodega, se debe desarrollar una mejor gestión.

Quinta. Por último, se concluye que no existe relación entre selección de proveedores y eficiencia en la comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., SAN LUIS – 2019. Con una correlación del Rho de Spearman = -0,42 En otras palabras, los que realmente mueve y permite desarrollar una eficiente comercialización, es la gestión que se realiza, ya que existe un abanico extenso de diversos proveedores que se pueden tomar.

VI. RECOMENDACIONES

Los resultados expuestos en la presente investigación permiten proponer las siguientes recomendaciones:

Primera. Se recomienda al gerente general desarrollar nuevas estrategias respecto a la gestión de almacenes, como la contratación de un supervisor específico, la colocación de cámaras de vigilancia y analizar las nuevas tendencias del mercado respecto a este tema. Aplicar estas estrategias en un lapso de 3 meses para solucionar los inconvenientes latentes e innovar para así poder lograr desarrollar una eficiente comercialización.

Segunda. Se recomienda a la junta directiva mejorar el control de la rotación de inventarios, ya que el 36.67% considera que a veces no se da de forma correcta, contratando a un personal más que cumpla la labor de supervisor, se puede solucionar esta situación. Está personada debe ser capacitada en un lapso de una semana y empezar a gestionar lo antes posible. Asimismo, debe tener una credencial que lo identifique para que los demás trabajadores le reporten cualquier anomalía al momento de la rotación de inventarios.

Tercera. Se recomienda al área de gerencia instaurar un nuevo sistema de control de existencias, uno modernizado y de fácil entendimiento, que pueda instalarse en el acto y este sincronizado con la nube para que los datos queden respaldados, asimismo que brinde información precisa que requiera la empresa para que los miembros del área gerencial tomen las decisiones correspondientes, ya que según la apreciación de los colaboradores a veces esto resulta ser dificultoso (60%)

Cuarta. Se recomienda al gerente desarrollar en el lapso de una semana un sistema de clasificación ordenado para poder almacenar los materiales, es decir separar en los anaqueles de los almacenes los productos en base a etiquetas kanbas, de esa forma el supervisor podrá llevar un control y orden de lo que se guarda, para que cuando se requiere algún material, sea sencillo y rápido ubicarlo.

Quinta. Se recomienda a gerencia, delegar la función a un trabajador de en una semana buscar en internet, y en la competencia que destaca en el rubro, los proveedores con los que cuenta para así poder tener una lista de respaldo para que ante cualquier contingencia sepan cómo proceder. Evaluar su prestigio, los tiempos de entrega, las recomendaciones de la empresa y la cercanía con la Empresa.

REFERENCIAS

- Avellon, N. (2015). “*La eficiencia y la productividad de las comunidades autónomas españolas en la gestión tributaria: aplicación del análisis envolvente de datos*”. En su tesis para obtener el grado de doctora. Recuperado de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/16212>.
- Ayala, M. (2016). *Gestión de compras*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=vWVeDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=seleccion+de+proveedores&hl=es->.
- Arrondo, R., Garcia, N., & Gonzalez, E. (2018). *Estimating product efficiency through a hedonic pricing best practice frontier*. BRQ Business Research Quarterly, 21(4), 215–224. <https://doi.org/10.1016/j.brq.2018.08.005>
- Baquero, G. (1971). *Operaciones de supermercados*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=bh0A6IiuSgwC&pg=PA50&dq=rotacion+de+inventario&hl=es->.
- Bureau Veritas Formación. (2011). *Logística Integral*. https://books.google.com.pe/books?id=fZE2MwEACAAJ&dq=Log%C3%ADstica+Integral.&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwitqO_Y2p_fAhWDE5AKHdqXAv4Q6AEIUTAH.
- Bell, A. (2016). *The science or art of forest inventory*. New Zealand Tree Grower, 37(3), 14–17. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eih&AN=117490569&lang=es&site=eds-live>
- BĂLĂNESCU, R.-C. prc73ro@yahoo. co. (2019). *A Study on the Satisfaction at the Workplace*. ELearning & Software for Education, 3, 178–184. <https://doi.org/10.12753/2066-026X-19-161>
- Calderón, P. (2014). *Propuesta de mejora en la gestión de inventarios para el almacén de insumos en una empresa de consumo masivo*. Recuperado de https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/324442/Calderon_PA.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Ciunova-Shuleska, A., Palamidovska-Sterjadovska, N., Nedu Osakwe, C., & Omotoso Ajayi, J. (2017). *The Impact of Customer Retention Orientation and Brand Orientation on Customer Loyalty and Financial Performance in SMEs: Empirical Evidence from a Balkan Country*. Journal for East European Management Studies, 22(1), 83–104. <https://doi.org/10.5771/1862-0019-2017-1-83>

- Celuch, K., & Robinson, N. M. (2016). *How the Customer Feedback Process Contributes to Perceived Customer Orientation and Affective Commitment in the Higher Educational Service Context*. *Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction & Complaining Behavior*, 29, 53–76. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=b9h&AN=124105189&lang=es&site=eds-live>
- Cogin, J. A., Sanders, K., & Williamson, I. O. (2018). *Work- life support practices and customer satisfaction: The role of TMT composition and country culture*. *Human Resource Management*, 57(1), 279–291. <https://doi.org/10.1002/hrm.21833>
- Chan, E. W. (2018). *Promotion, Relative Performance Information, and the Peter Principle*. *Accounting Review*, 93(3), 83–103. <https://doi.org/10.2308/accr-51890>
- Change Yi, & Aimin Yan. (2018). *Research on High Performance Work Systematic Influences on Employees Work Behaviour in Environmental Company*. *Ekoloji Dergisi*, (106), 337–349. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eih&AN=134107203&lang=es&site=eds-live>
- Dutka, A. (1994). *Manual de ama para la satisfacción del cliente*. Recuperado por <https://books.google.com.pe/books?id=yC97p-PUhyoC&printsec=frontcover&dq=satisfaccion+del+cliente&hl=es->
- Elliot, S. (2000). *Introducción a la contabilidad financiera*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=-BJyun6IDP8C&pg=PA243&dq=rotacion+de+inventario&hl=es->
- Eslava, J. (2013). *Análisis económico-financiero de las decisiones de gestión empresarial*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=G782j28CNo8C&pg=PA153&dq=rotacion+de+inventario&hl=es->
- Flores, O. (2015). En su tesis para optar al título de maestría en gerencia empresarial titulada “*Proceso Administrativo y gestión empresarial en Comprobabas, Jinotega*”. Recuperado de <http://repositorio.unan.edu.ni/1800/1/5330.pdf>
- Francisco, M. (2014) “*Análisis y Propuestas de Mejora de Sistema de Gestión de Almacenes de un Operador Logístico*, Distrito, San Miguel - 2014”. En su tesis para optar el grado de magister titulada. Recuperado de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/5279/>

- Fidias, A. (2006). *La población*. Recuperado de <https://proyectoseducativoscr.wordpress.com/elaboracion-del-ante-proyecto/capitulo-iii-marco-metodologico-de-la-investigacion/3-3-poblacion-y-muestra/>
- Fidias, A. (2006): *El Muestreo*. Recuperado de <https://proyectoseducativoscr.wordpress.com/elaboracion-del-ante-proyecto/capitulo-iii-marco-metodologico-de-la-investigacion/3-3-poblacion-y-muestra/>
- García, A. (2018). “*Gestión de la cadena de suministro: análisis del uso del tic y su impacto en la eficiencia*. Madrid, 2018”. En su tesis de grado doctoral. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/46224/1/T39544.pdf>
- Gómez, J. (2013). *Gestión Logística Comercial*. España. McGraw-Hill. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/20726/Córdova_CDJ.pdf?sequence=1&isAllowed=
- García, L. (2016) “*Los indicadores claves del centro logístico*” Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=jXs5DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Log%C3%ADstica+Integral.&hl=es->
- Gosso, F. (2008). *Hipersatisfacción del cliente*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=f0th8fk8lgsC&printsec=frontcover&dq=satisfaccion+del+cliente&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwi3wNfnlfzdAhWMkpAKHWXzBTQQ6AEIJzAA#v=onepage&q=satisfaccion%20del%20cliente&f=>
- Guthrie, B., Parikh, P. J., & Kong, N. (2017). *Evaluating warehouse strategies for two- product class distribution planning*. International Journal of Production Research, 55(21), 6470–6484. <https://doi.org/10.1080/00207543.2016.1249429>
- Gejdoń, M., Gergel, T., Jeřábek, K., & Hřebítek, Z. (2018). *Optimization of Transport Logistics for Forest Biomass*. Nase More, 64, 246–249. <https://doi.org/10.17818/NM/2018/4SI.15>

- Huamán, A. (2017). “*Gestión de almacén en el ministerio de transporte y comunicaciones, lima 2017*”. En su tesis para optar el grado académico. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/8732/Huamán_ANL.pdf?sequence=1
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista. (2014). *Metodología de la investigación*. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/20726/Hernandez_CDJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, Fernández y Baptista (1998). *La validación*. Recuperado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008b/402/Validez%20y%20confiabilidad%20de%20los%20Instrumentos%20de%20Recoleccion%20de%20Datos.htm>
- Hernández, M. (2000). *El nivel de investigación*. Recuperado de <http://metodologiadeinvestigacionmarisol.blogspot.com/>
- Jugoviš, T. P., & Vukiš, L. (2016). *Competencies of logistics operators for optimisation the external costs within freight logistics solution*. Scientific Journal of Maritime Research, 30(2), 120–127. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=121086503&lang=es&site=eds-live>
- De Koster, R. B. M., Johnson, A. L., & Roy, D. (2017). *Diseño y gestión de almacenes*. International Journal of Production Research, 55(21), 6327–6330. <https://doi.org/10.1080/00207543.2017.1371856>
- Karakaş, A., & Tezcan, N. Ş. (2019). *The Relation Between Work Stress, Work-Family Life Conflict and Worker Performance: A Research Study on Hospitality Employees*. European Journal of Tourism Research, 21, 102–118. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=135083464&lang=es&site=eds-live>
- Lebas Pierre. (1968). “*Gestión de stocks y organización de almacenes*”. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/21383>
- Lacalle, G. (2004). *Operaciones administrativas de compraventa*. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=hCLKBAAAQBAJ&printsec=frontcover&q=seleccion+de+proveedores&hl=es->

- Łęgowik-Świącik, S., Łęgowik-Małolepsza, M., & Kowalska, S. (2018). *Instrumental Role of Audit in the Area of Stock Management in the Cement Industry Company*. Research Papers of the Wrocław University of Economics / Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu, (515), 52–62.
<https://doi.org/10.15611/pn.2018.515.04>
- Marques, G. S., Correia, A., & Costa, C. M. (2018). *The influence of customer orientation on emotional labour and work outcomes: a study in the tourism industry*. European Journal of Tourism Research, 20, 59–77. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=hjh&AN=132690453&lang=es&site=eds-live>
- Miranda. G. Chamorro, M. y Rubio, L. (2007). *Introducción a la gestión de calidad*.
<https://books.google.com.pe/books?id=KYSMQQyQAbYC&pg=PA46&dq=orientacion+al+cliente&hl=es->
- Mendoza, E. (2014). “*Optimización de la organización y funcionamiento de los almacenes de la administración nacional de electricidad (ANDE)*” En su tesis para optar summaestría.
Recuperado de https://www.eco.una.py/eco/postgrado/tesis/Tesis_Walter_Mendoza_Elizech_optimizacion_ande.pdf
- Molnar, V., Fedorko, G., Honus, S., Girovska, L., & Lizbetin, J. (2018). *Selection and Allocation of a Warehouse Linked to Reloading Terminal and Seaport*. Nase More, 64, 169–173. <https://doi.org/10.17818/NM/2018/4SI.1>
- Mourlin, F., & Farinone, J.-M. (2019). *Cloud Mobile Storage for Mobile Applications: The Dynamic Storage Injection Pattern*. International Journal of Interactive Mobile Technologies, 13(3), 13–28. <https://doi.org/10.3991/ijim.v13i03.8086>
- Meyer, B. C., & Bishop, D. S. (2016). *Stock Control: Learning Inventory Concepts by Beating Levels and Winning Prizes*. Decision Sciences Journal of Innovative Education, 14(3), 315–336. <https://doi.org/10.1111/dsji.12102>
- Milichovsky, F., & Simberova, I. (2015). *Marketing Effectiveness: Metrics for Effective Strategic Marketing*. Engineering Economics, 26(2), 211–219. <https://doi.org/10.5755/j01.ee.26.2.3826>
- Muszyńska, K. (2018). *A concept for measuring effectiveness of communication in project teams*. Journal of Economics & Management, 33(3), 63–79. <https://doi.org/10.22367/jem.2018.33.04>

- Margolin, V. (2012). *Concepto de diseño*. Recuperado de <https://maytesantana.wordpress.com/2012/08/21/concepto-de-diseno-a-partir-de-tres-autores/>
- Ochoa, C., & Porcar, J. M. (2018). *Modeling the effect of quota sampling on online fieldwork efficiency: An analysis of the connection between uncertainty and sample usage*. *International Journal of Market Research*, 60(5), 484–501. <https://doi.org/10.1177/1470785318779545>
- Port performance in container transport logistics: *A multi-stakeholder perspective*. (2018). Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsbas&AN=edsbas.7908098A&lang=es&site=eds-live>
- Pérez, P. & Merino, M. (2010): *La Exclusión*. Recuperado de <https://definicion.de/exclusion/>
- PUŇKA, L. A., KOZAREVIŠ, S., STEVIŠ, N., & STOVRAJ, J. (2018). *A New Way of Applying Interval Fuzzy Logic in Group Decision Making for Supplier Selection*. *Economic Computation & Economic Cybernetics Studies & Research*, 52(2), 217–234. <https://doi.org/10.24818/18423264/52.2.18.13>
- Pournader, M., Kach, A., Hajiagha, S., & Emrouznejad, A. (2017). *Investigating the impact of behavioral factors on supply network efficiency: insights from banking's corporate bond networks*. *Annals of Operations Research*, 254(1/2), 277–302. <https://doi.org/10.1007/s10479-017-2457-8>
- Pérez, A. perezran@unican. e., Collado, J. colladoj@unican. e., García de los Salmones, M. del M. gsalmonm@unican. e., Herrero, Á. herreroa@unican. e., & Martín, H. S. smartinh@unican. e. (2019). *An Empirical Exploration of the Perceived Effectiveness of a “Flipped Classroom” in a Business Communication Course*. *Journal of the Scholarship of Teaching & Learning*, 19(2), 47–65. <https://doi.org/10.14434/josotl.v19i1.22842>
- Rendón, M. (2016): *Definición de Estadística descriptiva*. Recuperada de <http://revistaalergia.mx/ojs/index.php/ram/article/view/230/387>
- Reyes, J. (2017). “*Plan de mercadeo y comercializacion en la empresa Remalimp S.A.C., distrito de San Juan de Lurigancho 2017*”. En su tesis para obtener el grado de licenciatura. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/20681/Reyes_PJ.pdf?sequence=1&isAllowed=yf
- Recari, R. (2015). “*Gestión administrativa en los departamentos de compra y contrataciones*

del ministerio de gobernación de Guatemala". En su tesis para obtener el grado de licenciatura. Recuperado de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesiseortiz/2015/01/01/Recari-Fernando.pdf>

Rodríguez, C. (2017). *“Implementación de la gestión de inventarios para optimizar el control del almacén de materias primas en una empresa químico ferretera, comas, 2017”*. En su tesis para obtener el título profesional de ingeniero industrial. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/19956>

Ristono, A., Pratikto, Santoso, P. B., & Tama, I. P. (2018). *A Literature Review of Design of Criteria for Supplier Selection*. *Journal of Industrial Engineering & Management*, 11(4), 680–696. <https://doi.org/10.3926/jiem.2203>

Świtała, M., Niestrój, K., & Hanus, P. (2018). *Examining How Logistics Service Providers' Adaptability Impacts Logistics Outsourcing Performance, Customers' Satisfaction and Loyalty*. *LogForum*, 14(4), 449–465. <https://doi.org/10.17270/J.LOG.2018.298>

Sicilia, J., González-De-la-Rosa, M., Febles-Acosta, J., & Alcaide-López-de-Pablo, D. (2015). *Optimal inventory policies for uniform replenishment systems with time-dependent demand*. *International Journal of Production Research*, 53(12), 3603–3622. <https://doi.org/10.1080/00207543.2014.983618>

Sangwoo Hahm. (2018). Attitudes and Performance of Workers Preparing for the Fourth Industrial Revolution. *KSII Transactions on Internet and Information Systems (TIIS)*, 12(8), 4038. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edskis&AN=kis3624765&lang=es&site=eds-live>
<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edskis&AN=kis3624765&lang=es&site=eds-live>

Srinivasan, K., & Jomon, M. G. (2018). Personal Effectiveness and Self-efficacy as Predictors of Individual Role Efficacy: An Analysis Based on PLS Path Modeling *South Asian Journal of Management*, 25(4), 28–53. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=134454444&lang=es&site=eds-live>

Sharp Gary, & Brettenny Warren. (2018). *Evaluation of the effectiveness of the National Benchmarking Initiative (NBI) in improving the productivity of water services authorities in South Africa*. *Water SA*, (1), 37. <https://doi.org/10.4314/wsa.v44i1.05>

Según la UNESCO. (2014): *Definición de inclusión*. Recuperado de <https://www.incluyeme.com/tag/definicion-de-inclusion/>

- Soriano, R. (1996): Técnica e Instrumento. Recuperado de http://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/tecnicas_instrumentos.html
- Távora, I. (2014). “*Mejora del sistema de almacén para optimizar la gestión logística de la empresa comercial Piura*”. Tesis de grado. Recuperado de <http://repositorio.unp.edu.pe/bitstream/handle/UNP/700/IND-TAV-INF-14.pdf?sequence=1>
- Taha, H., Aknin, N., & El Kadiri, K. E. (2019). *A Novel Model of Data Storage Service in the Architecture Cloud Storage*. International Journal of Online Engineering, 15(7), 66–83. <https://doi.org/10.3991/ijoe.v15i07.10094>
- TOPOLŇEK, D., ŢIŇIŪNIENĚ, K., & CVAHTE OJSTERŇEK, T. (2018). *Defining Transport Logistics: A Literature Review and Practitioner Opinion Based Approach*. Transport (16484142), 33(5), 1196–1203. <https://doi.org/10.3846/transport.2018.6965>
- Veintimilla, P. (2016). “*La gestión administrativa y su influencia en el desempeño laboral se la secretaria que laboran en la empresa agrícola prieto S.A. del cantón pasaje*”. En su tesis para obtener el título de licenciada en secretariado ejecutivo computarizado. Recuperado de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4862/1/TUACE-2016-SE-CD00003.pdf>
- Villanueva, Ll. (2011). “*Logística Integral*” Lean supply chain managment. Recuperado de <https://books.google.com.pe/books?id=68tx0owyJ0wC&printsec=frontcover&dq=Log%C3%ADstica+Integral.&hl=es>
- Yuzhou LUO, Wei WANG, & Wou SAKURA. (2019). *Factors Affecting Service Innovation, Customer Value toward Customer Satisfaction: Case on Health Care Industry*. Revista de Cercetare Si Interventie Sociala, 64, 213–222. <https://doi.org/10.33788/rcis.64.17>

ANEXOS

Anexo 1. ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS

	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	--	---

- Yo, **Mg Vargas Merino Jorge Alberto**, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de **Administración** de la Universidad César Vallejo sede Ate revisor (a) de la tesis titulada **Gestion de Almacenes y la eficiencia en la Comercializacion de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., San Luis 2019**, del estudiante **Villar Montes, Nicole Villar**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **24 %** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.

Ate, 08 de Julio de 2019



[Handwritten signature]

Firma

Vargas Merino Jorge Alberto
DNI: 41843715



Anexo 3. ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

	ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS	Código : 007-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
---	---------------------------------------	---

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) **Villar Montes Nicole Valeria**, cuyo título es: **Gestión de Almacenes y la eficiencia en la Comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., San Luis 2019**

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: **13** (número) **trece** (letras).

Lima, Ate 08 de Julio del 2019



 Navarro Topia Javier Félix
 PRESIDENTE



 Cervantes Ramón Edgard
 SECRETARIO



 Vargas Merino Jorge
 VOCAL






Revisó: Vicerrectorado de Investigación / ORAC / Rectorado del 2019 / Aprobó:

NOTA: Cualquier documento impreso diferente del original, y cualquier archivo electrónico que se encuentren fuera del Campus Virtual UCV serán considerados como COPIA NO CONTROLADA.

Anexo 4. AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS

	AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 10 Fecha : 10-06-2019 Página : 1 de 1
--	--	---

Yo **Villar Montes Nicole Valeria**, identificado con DNI N° **75069083** egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (x), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado **Gestión de Almacenes y la eficiencia en la Comercialización de la empresa Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., San Luis 2019**; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



 FIRMA

DNI: 75069083

FECHA: 08 de Julio del 2019

Revisó: Vicerectorado de Investigación / Repositorio Institucional / Asesor			

NOTA: Cuando se presente el presente impreso diferente del original, y cualquier otro documento electrónico, se encuentren fuera del Campus Virtual UCV se serán consideradas como COPIAS NO VERIFICADAS.

Anexo 5. AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE:

Escuela Profesional de Administración

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Nicole Valeria Villar Montes

TÍTULO DE LA TESIS:

**Gestión de Almacenes y la eficiencia en la Comercialización de la empresa
Fertilizantes Químicos del Perú S.R.L., San Luis 2019**

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Administración

SUSTENTADO EN FECHA: 08 de julio de 2019

NOTA O MENCIÓN: 13



MG. VARGAS MERINO JORGE ALBERTO