



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**Gestión de la distribución y administración del tiempo de una
empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
Licenciado en Administración

AUTOR (ES):

Martínez Cusi, Johan Edwin Ali (0000-0002-3929-470X)

ASESOR (A):

Dra. Rosales Domínguez, Edith Geobana (0000-00002-83604736)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión de Organizaciones

LIMA – PERÚ

2021

Dedicatoria

Dedico este trabajo en primera instancia a Dios por brindarme sabiduría al momento de tomar decisiones; a mi padre, que sin él no estuviera en el lugar donde estoy; y por último a mi hija Lucciana, que es el motor y motivo para que este sueño se haga realidad

Agradecimiento

Asimismo, agradezco a mis padres quienes me brindaron su apoyo durante todo el proceso de mi formación académica y un agradecimiento especial a mi tía Diana, que me apoyó en todo sentido y me dio el aliento necesario para seguir en camino.

Índice de contenidos

| | |
|---|------|
| Dedicatoria | ii |
| Agradecimiento | iii |
| Índice de contenidos..... | iv |
| Índice de tablas..... | v |
| Índice de gráficos y figuras | vi |
| Resumen | vii |
| Abstract | viii |
| I. INTRODUCCIÓN..... | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 4 |
| III. METODOLOGÍA | 10 |
| 3.1. Tipo y diseño de investigación..... | 10 |
| 3.2. Variables y operacionalización | 11 |
| 3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis | 13 |
| 3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos..... | 14 |
| 3.5. Procedimientos..... | 17 |
| 3.6. Método de análisis de datos..... | 17 |
| 3.7. Aspectos éticos | 17 |
| IV. RESULTADOS..... | 18 |
| V. DISCUSION | 33 |
| VI. CONCLUSIONES..... | 36 |
| VII. RECOMENDACIONES..... | 38 |
| REFERENCIAS..... | 40 |
| ANEXOS | 47 |

Índice de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Juicio de Expertos | 15 |
| Tabla 2. Nivel de fiabilidad del Alfa de Cronbach | 15 |
| Tabla 3. Confiabilidad global de las dos escalas..... | 16 |
| Tabla 4. <i>Confiabilidad de la escala: Gestión de la distribución</i> | 16 |
| Tabla 5. <i>Confiabilidad de la escala: administración del tiempo</i> | 16 |
| Tabla 6. <i>Frecuencia de la variable 1 Gestión de la distribución</i> | 18 |
| Tabla 7. <i>Frecuencia de la dimensión 1 Distribución física</i> | 19 |
| Tabla 8. <i>Frecuencia de dimensión 2 Los canales de distribución</i> | 20 |
| Tabla 9. <i>Frecuencia de la dimensión 3: Las estrategias de distribución</i> | 21 |
| Tabla 10. <i>Frecuencia de la variable 2: Administración del tiempo</i> | 22 |
| Tabla 11. <i>Frecuencia de la dimensión 4: Gestión de riesgo</i> | 23 |
| Tabla 12. <i>Frecuencia de la dimensión 5: Indicadores de gestión</i> | 24 |
| Tabla 13. <i>Frecuencia de la dimensión 6: Monitoreo</i> | 25 |
| Tabla 14. <i>Frecuencia de la dimensión 7: Evaluación interna</i> | 26 |
| Tabla 15. <i>Prueba de normalidad de Kolgomorov- Smirnov</i> | 27 |
| Tabla 16. <i>Valoración para determinar el nivel de correlación</i> | 28 |
| Tabla 17. <i>Prueba de correlación de las variables - Hipótesis General</i> | 29 |
| Tabla 18. <i>Prueba de correlación de la Hipótesis Específica 1</i> | 30 |
| Tabla 19. <i>Prueba de correlación de la Hipótesis Específica 2</i> | 31 |
| Tabla 20. <i>Prueba de correlación de la Hipótesis Específica 3</i> | 32 |

Índice de gráficos y figuras

| | |
|---|-----------|
| Figura 1. Diagrama de frecuencia de Gestión de la distribución ... | 18 |
| Figura 2. Diagrama de frecuencia de la distribución física | 19 |
| Figura 3. Diagrama de frecuencia de los canales de distribución..... | 20 |
| Figura 4. <i>Diagrama de frecuencia de las estrategias de distribución.....</i> | <i>21</i> |
| Figura 5. Diagrama de frecuencia de la administración del tiempo..... | 22 |
| Figura 6. Diagrama de frecuencia de gestión del riesgo..... | 23 |
| Figura 7. Diagrama de frecuencia de indicadores de gestión..... | 24 |
| Figura 8. Diagrama de frecuencia de monitoreo..... | 25 |
| Figura 9. Diagrama de frecuencia de evaluación interna..... | 26 |

Resumen

El presente trabajo tuvo como objetivo: determinar el nivel de relación entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, ventanilla 2021. la metodología empleada tuvo un enfoque cuantitativo y de tipo aplicada, con un diseño no experimental de alcance descriptivo correlacional con corte transversal y una muestra de 169 trabajadores de muestreo probabilístico, como instrumento un cuestionario para la recolección de datos compuesta por 20 ítems, con una confiabilidad de alfa de cronbach de 0,922 siendo aceptable. concluyendo como resultados inferenciales un nivel de significancia de $0.000 < 0.05$ existiendo relación entre las variables estudiadas con una correlación de rho spearman de 0.516 representado por una correlación moderada media positiva. en conclusión, deducimos que las empresas que tienen un buen desempeño logístico y que logran una buena gestión del tiempo están proporcionando un nivel de servicio superior a sus clientes, aunque es desafiante integrar las combinaciones de recursos, habilidades y sistemas requeridos para lograr una distribución adecuada.

Palabras clave: Gestión de la distribución, Administración del tiempo y distribución física.

Abstract

the present work aimed to: determine the level of relationship between distribution management and time management of a mass consumption company, ventanilla 2021. the methodology used had a quantitative approach and applied type, with a non-experimental design of descriptive correlational scope with cross section and a sample of 169 workers of probability sampling, as an instrument a questionnaire for data collection composed of 20 items, with a reliability of cronbach's alpha of 0.922 being acceptable. concluding as inferential results a significance level of 0.000 <0.05, with a relationship between the variables studied with a rho spearman correlation of 0.516 represented by a moderate positive mean correlation. in conclusion, we deduce that companies that have a good logistics performance and that achieve good time management are providing a higher level of service to their clients, although it is challenging to integrate the combinations of resources, skills and systems required to achieve an adequate distribution.

Keywords: Distribution management, Time management and physical distribution.

I. INTRODUCCIÓN

La Gestión de Distribución es considerada de gran importancia para la correcta ejecución de la logística en las empresas, ya que, por medio de esta se puede identificar diversas estrategias para poder abastecer los insumos y productos desde su producción y así garantizar la mejor distribución en los plazos y tiempos determinados según lo establecido.

En cuanto al contexto internacional, llevar a cabo una adecuada gestión de la distribución, ha representado un gran desafío, para muchas empresas dedicadas al rubro comercial, y especialmente para las grandes industrias de consumo masivo. Debido al aumento en la demanda de las tiendas virtuales tras la llegada de Amazon, la distribución de entrega y venta online de Madrid está saturada, lo que puede provocar el colapso del sistema de distribución. (Peinado,2019).

De acuerdo con el Centro Logístico Español, este tipo de compras suponían el 30% de las ventas online en España, las cuales se duplicaron en 2015. Entre tanto debido al brote del virus del Covid-19, se ha truncado todo crecimiento económico a nivel mundial, ya que muchos países en desarrollo han tenido detener sus actividades, preocupados por la propagación de enfermedades infecciosas dando prioridad a la vida de sus ciudadanos.

Respecto al contexto nacional, dada la coyuntura actual debido a la pandemia, uno de los mayores inconvenientes que tuvieron que afrontar las empresas fue la distribución de los productos, por lo que se debe trabajar en la mejora del cumplimiento, de cada una de las funciones, previamente en lo que concierne a la preparación, y repartición de los pedidos. Con la finalidad de evitar al mínimo la posibilidad de errores al momento de entrega al cliente. Sin embargo en nuestro país, existe un incremento que representa el 30% sobre la efectividad de logística, para lo cual se hizo, un comparativo respecto al año anterior, logrando identificar un leve aunque significativo aumento porcentual, esto gracias a dos aspectos la eficiencia y automatización en la cadena logística, esto demuestra que si bien es cierto el país va por buen camino el logro de una mejor logística y poder perfeccionarla, aun así, todavía no se dan las condiciones ni se brindan las oportunidades para que las empresas sean más competitivas. Debido a esto será necesario que las empresas destinadas a la distribución precisen acciones

definitivas, proporcionando las cantidades, y pedidos en las fechas establecidas, esto contribuirá al progreso de la empresa y de su imagen corporativa, lo cual será determinante para la buena gestión de los procesos. (Wong ,2014).

En lo que se refiere al contexto local, las distribuidoras de consumo masivo son el principal operador logístico de las grandes fábricas, es por ello al analizar la problemática en la empresa donde se desarrolló la investigación, se pudo señalar que la gestión en la distribución existe, pero con serias debilidades; se demostró que, en la distribución física, la estimación de la demanda no es exacta, pues el proceso del pedido no se lleva a cabo en el tiempo establecido, ocasionando retraso en la gestión de almacenaje, pues la demora en carga hace que el transporte del producto tenga un desfase al cronograma proyectado. Por otro lado, la entrega de productos, por parte de los transportistas, deben de cumplirse de acuerdo con normas establecidas y hoja de ruta respetando el canal de distribución. También se llegó a evidenciar que, las estrategias de distribución han sido vulnerables, pues en el proceso también se observan deficiencias en el traslado de los productos, de acuerdo con zonas aledañas, zonas accidentadas, zonas peligrosas, etc., que actualmente no tiene orden y control adecuado.

La investigación pretendió responder las preguntas formuladas, siendo derivadas del planteamiento de un problema, es así como, se formuló la pregunta general: ¿Cuál es la relación entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021? Así también se formularon como preguntas específicas: ¿Cuál es la relación entre la distribución física y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021?; ¿Cuál es la relación entre los canales de distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021?; ¿Cuál es la relación entre las estrategias de distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021?

El estudio de carácter científico realizado presentó una justificación, es decir se sustentó en base a ciertos aspectos debido a ello: En lo práctico, este trabajo de investigación realizará una contribución fundamental, porque se podrá comprender lo importante que es la gestión de la distribución y administración del tiempo. Mediante este estudio se podrá conocer la información que más tarde podrá ser empleada para proponer planes y un diagnóstico que sirva para elegir las mejores

estrategias a ejecutar. En lo económico, el estudio en mención tendrá un impacto sobre la responsabilidad de la organización donde se realiza la investigación, en consideración a que su rubro es de consumo masivo y directo; además, su marca está posicionada. Sin embargo, se busca con la investigación la articulación y comunicación de procesos tanto en la sede central y las distribuidoras, representadas en diferentes canales. En lo metodológico, el cuestionario es un instrumento importante, puesto que permite recoger información y es en ese sentido que se contribuye con la difusión, tomando en cuenta que los resultados son universales y pueden ser utilizados en empresas con realidad problemática comprendida. En lo teórico, se tomarán en cuenta las teorías de Carredano para la gestión de la distribución y Mengual para administración del tiempo, que manifiestan la escasez de fuentes confiables a la hora de buscar información; además, de poseer ediciones actualizadas de sus libros, estos autores cuentan con distintas referencias de bibliográficas, conocimientos y herramientas de investigación de primera mano.

Para establecer y determinar los propósitos u objetivos de una investigación, estos deberán ser definidos de forma clara y precisa, con la finalidad de develar una problemática, por tal razón, el objetivo general fue: Determinar el nivel de relación entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021. Asimismo, los objetivos específicos fueron: Determinar la relación entre la distribución física y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021; Determinar la relación entre los canales de distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021; Determinar la relación entre las estrategias de distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021. Las hipótesis dentro de los estudios a investigar son una forma de deducción las cuales se derivan de la observación y análisis de los fenómenos de estudio, debido a ello se planteó la hipótesis general: Existe una relación significativa entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021. Además, se plantearon las hipótesis específicas: Existe una relación significativa entre la distribución física y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021; Existe una relación significativa entre los canales de distribución y la administración del tiempo de una

empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021; Existe una relación significativa entre las estrategias de distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Fue pertinente e importante para el desarrollo de la investigación, referenciar estudios previos, los cuales establecen propósitos, emplean criterios metodológicos, y aportan conclusiones de gran relevancia, de tal manera se consideraron los siguientes estudios, los cuales serán expuestos a continuación.

Brasales (2018). En su tesis desarrollada en una empresa florícola del Ecuador, donde se planteó como propósito de estudio, demostrar la importancia de los modelos basados en la gestión logística para alcanzar los niveles de competitividad. El enfoque del estudio fue cuantitativo, exploratorio, documental, la población fue de un total de 77 trabajadores, los datos fueron recogidos mediante entrevistas y encuestas al personal. Se logro concluir que, no existen planes para ejecutar una correcta logística, lo cual genera que los trabajadores consideren que es una gran desventaja para el posicionamiento de la empresa.

Brume (2017). En su estudio desarrollado en las Empresas del sector logístico en Colombia, se consideró determinar cómo se relaciona la gestión estratégica y la competitividad del sector logístico. Se llegó a emplear la revisión documental respaldada previamente por diferentes investigadores, descriptiva, cuantitativa, se aplicó el cuestionario a un total de 8 empresas, integrados por cuarenta personas. Entre los resultados se encontró que un 37,5% de las empresas se dedican a las asesorías comerciales, el 62,5% a la distribución, mientras que, el 65% promueven la visión y misión institucional. Se pudo concluir que, para el logro de una alta competitividad las empresas, deben tener en cuenta que la gerencia debe de ir más allá de ejecutar una función anual, por ello, de los encuestados el 27,5% respondió que ponen en práctica la visión y misión y el 42,5% respondió que no se cuenta los suficientes recursos.

Hurtado et al. (2017). Tesis que consideró como objetivo describir la posible relación entre logística de transporte y el desarrollo local de exportaciones en Hermosillo, México. El estudio fue cuantitativo, se aplicó la entrevista considerando a trece gerentes de organizaciones dedicadas a la exportación. Los datos recogidos el 31,9% son costos de producción y el 26,2% son costos de transporte. Por último, se comprobó que todo proceso logístico, es importante para la ejecución de una adecuada logística.

Ortiz et al. (2013). Estudio que fue desarrollado en una red de empresas en cuba, donde se buscó hallar la interrelación entre el desempeño logístico y el nivel de

rentabilidad en las organizaciones. La muestra estuvo compuesta por treinta y tres empresas cubanas de diferentes rubros de la industria. Se consideraron como hallazgos que, solo el 3% tiene experiencia en logística, el 30% cuenta con una buena logística, 58% es medio y el 9% es bajo. Concluyendo que, existe una relación representativa y consistente entre las variables estudiadas.

Navarro (2017). Tesis que tuvo lugar en una empresa de Servicios, y que planteó como propósito determinar cómo se relaciona la logística de distribución con la calidad del servicio. Metodológicamente, la investigación fue aplicada, no experimental, aplicándose la encuesta a los trabajadores y clientes con un total de 22 personas. Finalmente se pudo comprobar que la variable logística de distribución y la calidad de servicio demostraron una relación considerable.

Rodríguez (2019). En su tesis la cual estuvo enfocada en determinar cómo influye la gestión logística en la competitividad de las empresas del sector construcción. El aspecto metodológico, el estudio fue de enfoque mixto, de nivel explicativo, la población fue de veintisiete gerentes, se emplearon métodos y procesamientos estadísticos. Se hallaron como resultados, de los encuestados el 74,1% respondieron que la recepción de compras no se efectúa de manera conveniente, el 62,9% respondieron que los costos no se manejan adecuadamente. Llegando a poder concluir que, la gestión logística influye positivamente en la forma de competir de las Mypes representando una correlación positiva y altamente significativa entre ambas variables.

Ruiz (2016). La investigación tuvo como contexto una empresa embotelladora, en donde se buscó determinar la influencia de gestión logística y la rentabilidad de la empresa. El estudio fue no experimental, correlacional, la información fue recolectada a través de todos los registros del área de logística, se empleó la revisión documental y también procedimientos estadísticos. De acuerdo con el hallazgo de los resultados, según la estadística de Pearson fue de un valor de 0.543, lo que demuestra que no existe realmente un grado de relación entre los fenómenos estudiados, El autor llegó a concluir que, se determinó que la gestión logística no generó efecto alguno en la rentabilidad de la empresa.

Arellano e Hinostraza (2017). Tesis donde se formuló conocer ¿cuál es la incidencia que tiene la gestión logística de las pymes del sector de construcción?, el muestreo fue no probabilístico, seleccionando como población a un total de 11 pymes, se empleó la observación, haciendo uso de la entrevista. Los resultados más importantes

fueron que el nivel de sig. fue de 0.501 mayor al 0.05 de la prueba. Se pudo concluir que, la logística no incide en el nivel de la competitividad.

Coyoy, (2013). El objetivo del estudio encontrado fue analizar el impacto de una buena gestión del tiempo en el lugar de trabajo y aplicar esa gestión para mejorar el desempeño de los empleados para lograr beneficiar tanto a los clientes como a la organización. Se utilizaron dos fuentes secundarias para recuperar los datos. Ventas mensuales, catálogo de productos, tabla de ventas de los últimos 3 años. Fuentes primarias: entrevistas, cuestionarios, observaciones. El estudio utilizó muestras representativas de 38 instalaciones, incluidas 0 en Quetzaltenango. La mayoría de los banqueros no conocen la definición, por lo que, si un empleado no la conoce, tampoco la conocen y pueden concluir que adoptan principios y hábitos que les ayudan a alcanzar las metas de su empresa. La mayoría de los empleados participan en estas operaciones de emergencia primero y luego en operaciones críticas. Estas importantes misiones están relacionadas con el logro de su objetivo, por lo que es mejor abordarlas primero.

Rivero (2014). El estudio hallado se centró en la Gestión y planificación del tiempo en el mundo ejecutivo. En el mundo actual de las fuerzas del orden, la existencia de tecnologías conectadas y dispositivos móviles en cualquier momento y en cualquier lugar crea una sobrecarga de información y datos conocida como metadatos interconectados. Estas condiciones creadas por la tecnología se suman a los malos hábitos generalizados del gobierno. Por lo tanto, la planificación cuidadosa y la gestión del tiempo son aún más importantes. El autor concluyó que, el uso de estas técnicas y recursos técnicos está al alcance y solo debe integrarse en las prácticas de gestión del día a día, pero lo más importante es que uno debe estar convencido de la importancia de la gestión del tiempo. El deseo de aplicarlos a diario y, sobre todo, de forma consciente. Los beneficios que nos brinda incluyen poder hacer más en menos tiempo. Esto nos permite centrarnos en lo que realmente importa para gestionar nuestro potencial y ponerlo a disposición. Crear nuevos proyectos, desarrollar nuevas propuestas, tiempo libre y vida familiar.

Miranda (2017). El objetivo fue determinar de qué manera se relacionan las variables estudiadas. El método, se hizo uso de la encuesta que corresponde a un patrón de correlación descriptivo con un diseño transversal no experimental, y cuando se toma como muestra la población total del tipo censal, la población es de 20 personas. Se puede concluir que las variables de gestión del tiempo se relacionan directa y

positivamente con las variables de compra de producto, y la correlación de Spearman es muy alta en 0.909. Por tanto, podemos inferir que "cuanto mejor sea la gestión del tiempo, más preciso será el artículo". Este estudio tiene implicaciones prácticas para el desarrollo de una disciplina en la estimación, planificación y gestión del tiempo de actividades que brinden pautas para la formación de los trabajadores. Las acciones que incluyen marcas de tiempo son las menos molestas para los empleados.

Sánchez (2017). La metodología constó de un enfoque cuantitativo, de la inferencia de tipo hipotética subyacente. Dividido en un estudio no empírico de la relación entre las dos variables en un momento determinado, el diseño aplicado fue correlacionado. Se calcula con la participación de un total de 120 personas en el universo (50 directivos y 70 profesores). El investigador concluyó que, los empleados identificaron una relación inversa entre la gestión del tiempo y el agotamiento. Así también se observó que los empleados deben considerar tanto los intereses personales como los profesionales.

Se consideraron diferentes teorías respecto al tema, conceptualizando y tomando en consideración los aportes de especialistas es decir autores que mediante definiciones permitirá tener un marco conceptual, por tal motivo tomó en cuenta.

Velásquez (2019). La gestión de la distribución es la responsable de poner el producto o servicio final a disposición del consumidor. Por medio de la logística los clientes pueden obtener los productos y servicios que desean en el lugar correcto, en el formato, en el tiempo y en la cantidad correspondientes.

Aguilar y Artola (2017). La distribución física, juega un papel determinante y será importante conocer las acciones relacionadas al transporte, el almacenamiento y la producción, así como también tener conocimiento del resultado de dichas actividades.

Velásquez (2019). La estrategia de distribución es un elemento que sirve para alcanzar altos niveles de eficiencia; para lograrlo se requerirá de estas estrategias según su rubro.

Bellin (2015). Los canales de distribución son herramientas por medio de las cuales se podrá realizar un planeamiento estratégico basado en el objetivo trazado.

Pérez (2016). La administración del tiempo consiste en la forma en la que se puede asegurar el tiempo y dosificarlo en beneficio de los demás, con la finalidad de ubicar y delegar funciones para lograr la optimización de cada puesto; asignándole los tiempos requeridos a las actividades a realizar.

Soler (2017). La gestión de riesgo se describe como un análisis mecánico de una situación particular. Puede pensar en ellos como escenarios de probabilidad de pérdida. Es la probabilidad de que un peligro provoque un accidente con un resultado inalcanzable, estimado durante una actividad en particular durante un período de tiempo determinado.

Rodríguez (2014). Los indicadores de gestión nos permiten observar situaciones y contextos para luego poder ser evaluados y sometidos a comparación con las metas y objetivos especificados. Mediante esta comparación, puede observar la situación su tendencia y el fenómeno a ser observado.

Rham y Mancero (2009). El monitoreo, se refiere a la recopilación y gestión de datos sobre lo que está sucediendo y lo que está sucediendo. Los actores locales, las organizaciones asociadas y los grupos de actuación proporcionan información descriptiva y explicativa. La vigilancia requiere mecanismos y herramientas para recopilar, compilar, agregar y almacenar esta información de manera accesible.

Mateo (2007). La evaluación interna incluye estadísticas, datos de gestión e insumos sobre las actividades, procesos y resultados de la propia entidad. La autoevaluación de la Junta de Revisión Interna complementa esta información con nuevas observaciones, opiniones y calificaciones creadas en el proceso.

Mengual et al. (2012). La gestión del tiempo es una herramienta de gestión que sirve para asegurar la jornada laboral y evitar la mayor confusión posible. No contribuye al propósito de la organización.

Barbosa (2014). El control del tiempo es una serie de acciones que implica rendir cuentas de la optimización de los tiempos en los horarios de trabajo, sin embargo, durante la supervisión se presentan factores que limitan el cumplimiento de estas actividades.

Herrera (2013). El tiempo sobre todo en el contexto laboral, es determinante sobre todo en el proceso laboral, es sumamente importante organizar y administrar el tiempo de manera exacta para la optimización de los tiempos indicados.

III. METODOLOGÍA

El método de estudio fue el razonamiento hipotético, el cual permite comprender el fenómeno y explicar su origen o causa, teniendo como propósitos la predicción y el control. El método hipotético deductivo, es una de las metodologías más importantes respaldadas por múltiples teorías científicas. (Sánchez ,2019, p.108).

3.1. Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

La investigación fue aplicada ya que, utiliza conocimientos conseguidos por la investigación básica o teórica con la finalidad de llegar a la comprensión y resolución del fenómeno que es materia de estudio. (Sánchez et al., 2018, p.79).

Diseño de investigación

Se utilizó el diseño no experimental, es decir no se manipula a conveniencia propia las variables no obstante el estudio se basa esencialmente en la observación del fenómeno tal como ocurre los fenómenos en su contexto real y actual y de esta forma analizarlos posteriormente. En este tipo de investigación no existe estímulos ni condiciones para el desarrollo del fenómeno en estudio, sino que las materias en estudio se observan en su ambiente natural (Hernández, Fernández y Baptista 2014, p.184).

Nivel de investigación

El nivel descriptivo, transversal, correlacional, ya que buscó medir el grado de correlación de manera estadística que existe en ambas variables de estudio. De manera práctica posibilita observar el vínculo existente entre las dos variables (Reyes y Mejía, 2018, p.51).

Enfoque de investigación

El enfoque fue cuantitativo, ya que se recogen datos y son transformados y procesados mediante herramientas estadísticas. Este enfoque requiere de la aplicación de análisis estadísticos. Se deriva de recopilaciones, mediciones de parámetros, recopilaciones de frecuencia y estadísticas de población. Presenta un retrato particular de los desafíos de la investigación. (Otero, 2018, p.3).

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Gestión de la distribución

Definición conceptual, la gestión de la distribución es la responsable de poner el producto o servicio final a disposición del consumidor. Por medio de la logística los clientes pueden obtener los productos y servicios que desean en el lugar correcto, en el formato, en el tiempo y en la cantidad correspondientes (Velásquez, 2019, p.24).

Dimensiones de la variable 1:

Dimensión 1: Distribución física

La distribución física, juega un papel determinante y será importante conocer las acciones relacionadas al transporte, el almacenamiento y la producción, así como también tener conocimiento del resultado de dichas actividades. (Aguilar y Artola, 2017, p.30).

Dimensión 2: Canales de distribución

Los canales de distribución son herramientas por medio de las cuales se podrá realizar un planeamiento estratégico. La buena ejecución de los canales se debe a varios factores analizados con antelación, entre ellos se destaca el mercado la competencia directa, la duración del producto, los gustos y principalmente las necesidades que los clientes requieran. (Bellin,2015, p.231).

Dimensión 3: Estrategias de distribución

La estrategia de distribución es un elemento que sirve para alcanzar altos niveles de eficiencia; para lograrlo se requerirá de estas estrategias según su rubro. (Velásquez, 2019, 7).

Variable 2: Administración del tiempo

Definición conceptual, la administración del tiempo consiste en la forma en la que se puede asegurar el tiempo y dosificarlo en beneficio de los demás, con la finalidad de ubicar y delegar funciones para lograr la optimización de cada puesto; asignándole los tiempos requeridos a las actividades a realizar. (Pérez, 2016, p.30).

Dimensiones de la variable 2:

Dimensión 4: Gestión de riesgo

La gestión de riesgo se describe como un análisis mecánico de una situación particular. Puede pensar en ellos como escenarios de probabilidad de pérdida. Es la probabilidad de que un peligro provoque un accidente con un resultado inalcanzable, estimado durante una actividad en particular durante un período de tiempo determinado. (Soler, 2017, p.187).

Dimensión 5: Indicadores de gestión

Los indicadores de gestión nos permiten observar situaciones y contextos para luego poder ser evaluados y sometidos a comparación con las metas y objetivos especificados. Mediante esta comparación, puede examinar la situación y el fenómeno en observación. (Rodríguez, 2014, p.41).

Dimensión 6: Monitoreo

El monitoreo se refiere a la recopilación y gestión de datos sobre lo que está sucediendo y lo que está sucediendo. Los actores locales, las organizaciones asociadas y los grupos de actuación proporcionan información descriptiva y explicativa. La vigilancia requiere mecanismos y herramientas para recopilar, compilar, agregar y almacenar esta información de manera accesible. (Rham y Mancero, 2009, p.14).

Dimensión 7: Evaluación Interna

La evaluación interna incluye estadísticas, datos de gestión e insumos sobre las actividades, procesos y resultados de la propia entidad. La autoevaluación de la Junta de Revisión Interna complementa esta información con nuevas observaciones, opiniones y calificaciones creadas en el proceso. (Mateo, 2007, p.6).

3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis

Población

Los seleccionados para conformar la población de estudio fueron los 300 colaboradores de una distribuidora de consumo masivo. La población es considerada un factor importante, ya que de ellos se recopila gran toda la información más relevante que resulta determinante para la obtención de los resultados. (Hueso y Cascant, 2012, p.15).

Para ello se consideraron los siguientes criterios de selección deben ser:

Criterios de inclusión: Solo se considerarán

- Supervisores de distribución
- Personal de monitoreo
- Transportistas de reparto
- Auxiliares de reparto

Criterios de exclusión: No se considerarán

- Área de ventas
- Área de almacén
- Área de Administración
- Área de RRHH

Muestra

La muestra fue de 169 colaboradores de una empresa distribuidora. La muestra es la parte seleccionada o un subconjunto de la población que será parte de la investigación (Hernández, 2020 p.59).

Muestreo

En el muestreo fue probabilístico, el tamaño de la muestra será calculada en base a su heterogeneidad, y según la precisión esperada y los niveles de confianza alcanzados en la investigación. (Martínez, 2012, p.616).

Unidad de análisis

Estuvo compuesta por una empresa de distribución de consumo masivo. La unidad de análisis se refiere a las características, cualidades, propiedades, objetos, hechos o personas a los cuales se aplican los instrumentos para la medición de las variables analizadas. (Valdivia, 2019, p.326).

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

La encuesta permite recoger información, en donde se reúnen datos sobre uno o más temas específicos. Se consideró emplear la técnica de la encuesta enfocada a recabar los datos más relevantes. (Serrano, 2020, p.73).

Instrumento

El instrumento aplicado fue el cuestionario, de 20 preguntas cerradas y de tipo Likert. Mediante esta escala se pudo adquirir la información obtener una información de forma más exacta de los sucesos que ocurren en un contexto.

Los cuestionarios son documentos realizados por un conjunto de preguntas debidamente ordenadas y estructuradas, este instrumento se usa para recoger información de manera eficaz y útil (Niño, 2019, p.91).

Validez

El instrumento fue sometido al juicio de expertos para su validación, por especialistas como: Dra. Edith Geobana Rosales Domínguez, Mg. Raúl Elías Dueñas Luján y la Mg. Fanny Zavala Alfaro, los mencionados son catedráticos de la Universidad César Vallejo, de los cuales se obtuvo la conformidad y recomendación para su adecuada aplicación.

La validez en la investigación se señala a lo que es auténtico o se aproxima a la verdad. Se toma en cuenta que los resultados son válidos en una investigación cuando el estudio se encuentra sin de errores. Del mismo modo, la eficacia de las herramientas de adquisición de datos requiere el juicio de expertos para evaluar tanto su metodología como su contenido. (Villasís et al. 2018, p.445).

Tabla 1
Juicio de Expertos

| Validador | Cargo | Resultado |
|--------------------------------------|--------------|------------------|
| Dra. Edith Geobana Rosales Domínguez | Docente | Aplicable |
| Mg. Raúl Elías Dueñas Luján | Docente | Aplicable |
| Mg. Fanny Esperanza Zavala Alfaro | Docente | Aplicable |

Fuente: Elaborado con el SPSS

Confiabilidad

La confiabilidad es la medición que se define como la aplicación de una prueba piloto, del cual podemos ver si un instrumento es fiable o confiable en diferentes oportunidades produciendo resultados coherentes cuando se aplica en una investigación. (Meléndez, 2018, p.215).

Tabla 2
Nivel de fiabilidad del Alfa de Cronbach

| Rango | Magnitud |
|------------------------------|-----------------|
| Alfa de Cronbach ≥ 1.00 | Perfecta |
| 0.80 – 0.99 | Excelente |
| 0.60 – 0.79 | Aceptable |
| 0.40 – 0.59 | Regular |
| 0.20 - 0.39 | Baja |
| 0.001 – 0.19 | Muy baja |
| Alfa de Cronbach = 0.00 | Nula |

Fuente: Adaptada a Hernández, Fernández y Baptista (2014)

Tabla 3*Confiabilidad global de las dos escalas*

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,922 | 20 |

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3, el Alfa de Cronbach del instrumento de la variable la gestión de la distribución y administración del tiempo nos muestra como resultado de 0.922 el cual indica que tiene una fiabilidad excelente.

Tabla 4*Confiabilidad de la escala: Gestión de la distribución*

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,885 | 10 |

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5*Confiabilidad de la escala: administración del tiempo*

| Alfa de Cronbach | N de elementos |
|------------------|----------------|
| ,870 | 10 |

Fuente: Elaboración propia.

3.5. Procedimientos

Para recabar la información se tomó en cuenta la encuesta en un tiempo determinado, se aplicó el cuestionario a 169 trabajadores del área de distribución, después encuestar al total de los seleccionados, la información recogida y sometida por el estadístico SPSS, además se realizó la sumatoria por cada variable, dimensiones e indicadores de estudio para luego medir el alfa de Cronbach. Posteriormente para comprobar las hipótesis propuestas, se utilizó el estadístico Rho de Spearman o Pearson de ser el caso. Para ello, se encuestará al total de la muestra.

3.6. Método de análisis de datos

Para el análisis de los datos, se utilizó el programa Excel y el software estadístico del SPSS para posteriormente analizarlos y procesarlos con la estadística descriptiva e inferencial.

3.7. Aspectos éticos

La investigación fue realizada según los lineamientos y normativa dispuestas por de la Universidad César Vallejo, además en absoluto cumplimiento con el uso de la norma APA 7, respetando el derecho de autoría de cada uno de los autores que se mencionaron en el estudio; por otra parte, al momento efectuar el cuestionario, este se desarrolló de manera totalmente anónima y con la completa confidencialidad de los encuestados. Toda la información obtenida lo largo de la investigación fue realizada con honestidad, cuidado y comprensión con cada encuestado para brindar serenidad al momento de responder las preguntas solicitadas.

IV. RESULTADOS

4.1 Estadística descriptiva

Tablas de frecuencia

Variable 1: Gestión de la distribución

Tabla 6

Frecuencia de la variable 1 Gestión de la distribución

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Mala | 18 | 10,7 | 10,7 | 10,7 |
| | Regular | 69 | 40,8 | 40,8 | 51,5 |
| | Buena | 82 | 48,5 | 48,5 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración Propia con los resultados de la encuesta tomado de SPSS 26

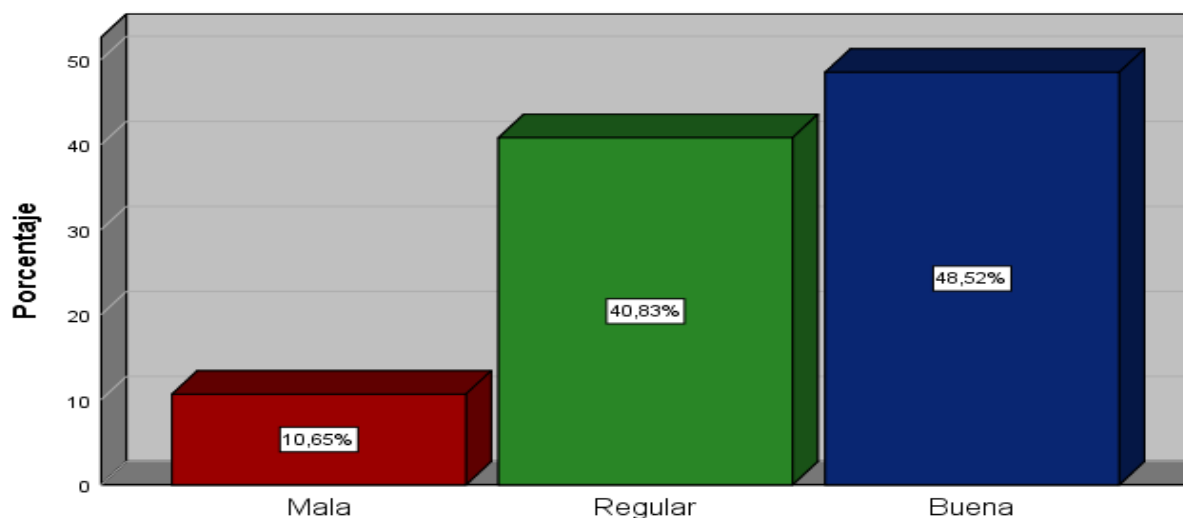


Figura 1. Diagrama de frecuencia de Gestión de la distribución

Fuente: Elaboración Propia tomado de SPSS 26

Interpretación:

Según la Tabla 6 y la Figura 1 se aprecia que de los 169 encuestados manifestaron con respecto a la gestión de la distribución que es mala en un 10.65%, regular en 40.83% y buena en 48.52%.

Dimensión 1: La distribución física

Tabla 7

Frecuencia de la dimensión 1: Distribución física

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Mala | 11 | 6,5 | 6,5 | 6,5 |
| | Regular | 84 | 49,7 | 49,7 | 56,2 |
| | Buena | 74 | 43,8 | 43,8 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración Propia con los resultados de la encuesta tomado de SPSS 26

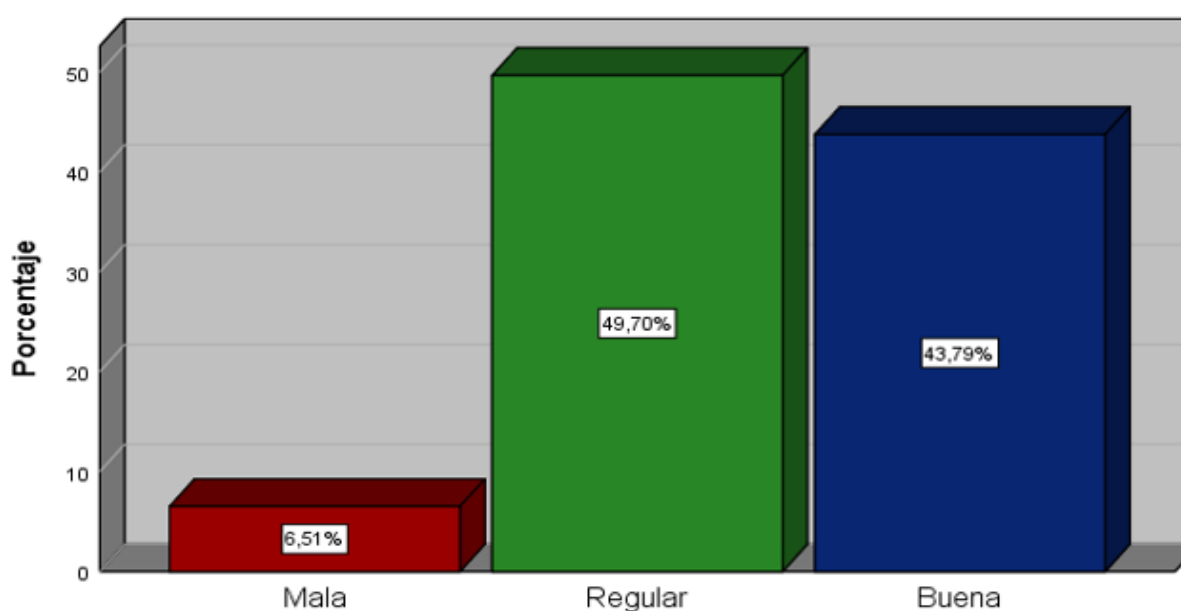


Figura 2. Diagrama de frecuencia de la distribución física

Fuente: Elaboración Propia tomado de SPSS 26

Interpretación:

Según la Tabla 7 y la Figura 2 se aprecia que de los 169 encuestados manifestaron con respecto a la distribución física que es mala en un 6.51%, regular en 49.70% y buena en 43.79%.

Dimensión 2: Los canales de distribución

Tabla 8

Frecuencia de la dimensión 2: Los canales de distribución

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Mala | 19 | 11,2 | 11,2 | 11,2 |
| | Regular | 83 | 49,1 | 49,1 | 60,4 |
| | Buena | 67 | 39,6 | 39,6 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración Propia con los resultados de la encuesta tomado de SPSS 26

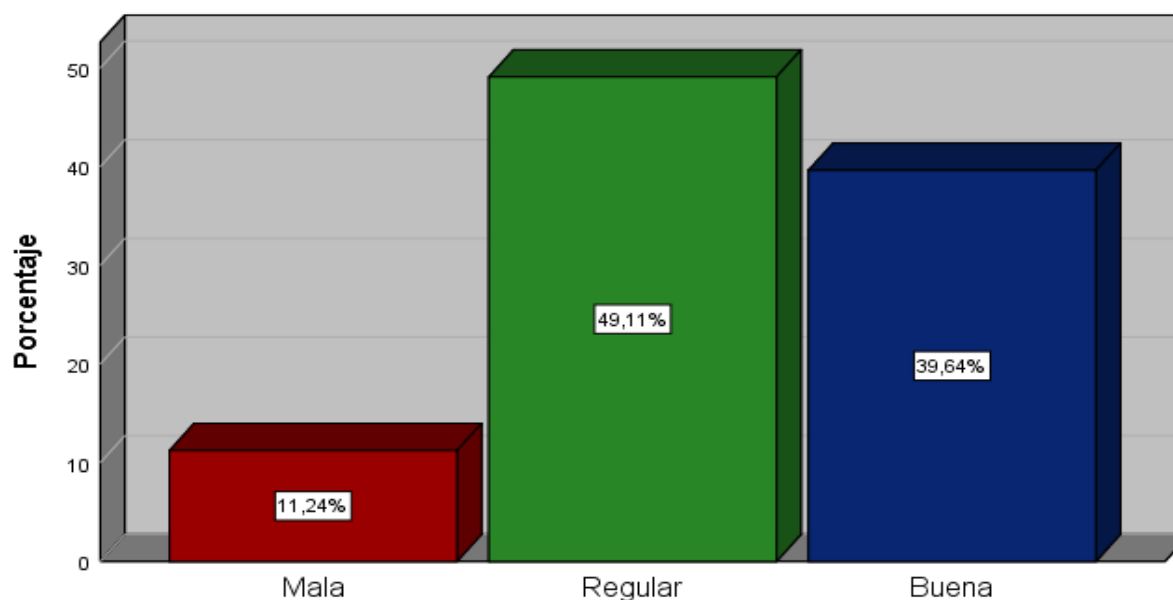


Figura 3. Diagrama de frecuencia de los canales de distribución

Fuente: Elaboración Propia tomado de SPSS 26

Interpretación:

Según la Tabla 8 y la Figura 3 se aprecia que de los 169 encuestados manifestaron con respecto a los canales de distribución que es mala en un 11.24%, regular en 49.11% y buena en 39.64%.

Dimensión 3: Las estrategias de distribución

Tabla 9

Frecuencia de la dimensión 3: Las estrategias de distribución

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Mala | 20 | 11,8 | 11,8 | 11,8 |
| | Regular | 77 | 45,6 | 45,6 | 57,4 |
| | Buena | 72 | 42,6 | 42,6 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración Propia con los resultados de la encuesta tomado de SPSS 26

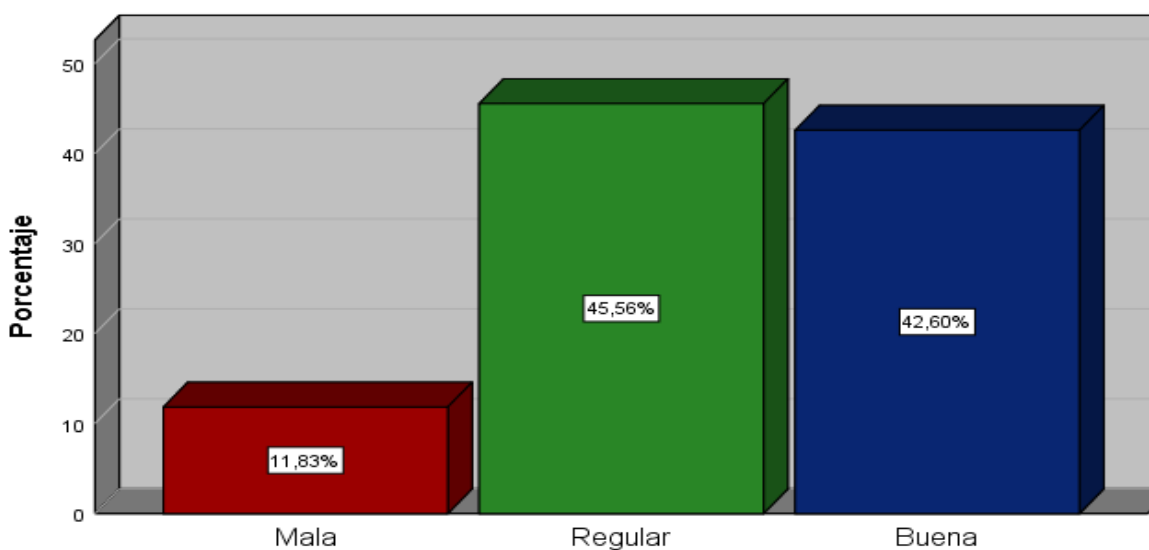


Figura 4. Diagrama de frecuencia de las estrategias de distribución

Fuente: Elaboración Propia tomado de SPSS 26

Interpretación:

Según la Tabla 9 y la Figura 4 se aprecia que de los 169 encuestados manifestaron con respecto a las estrategias de distribución que es mala en un 11.83%, regular en 45.56% y buena en 42.60%.

Variable 2: Administración del tiempo

Tabla 10

Frecuencia de la variable 2: Administración del tiempo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Mala | 20 | 11,8 | 11,8 | 11,8 |
| | Regular | 71 | 42,0 | 42,0 | 53,8 |
| | Buena | 78 | 46,2 | 46,2 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración Propia con los resultados de la encuesta tomado de SPSS 26

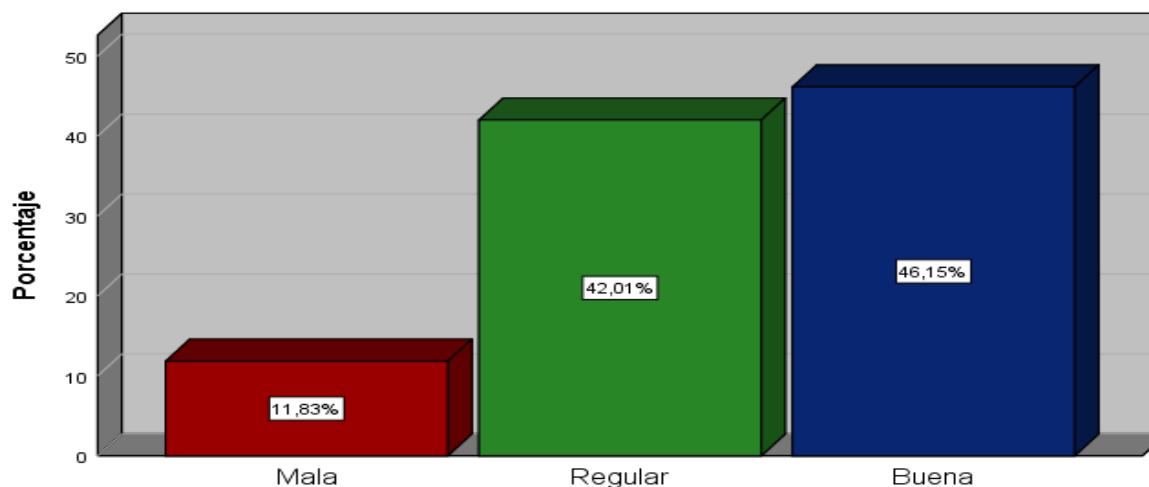


Figura 5. Diagrama de frecuencia de la administración del tiempo

Fuente: Elaboración Propia tomado de SPSS 26

Interpretación:

Según la Tabla 10 y la Figura 5 se aprecia que de los 169 encuestados manifestaron con respecto a la administración del tiempo que es mala en un 11.83%, regular en 42.01% y buena en 46.15%.

Dimensión 4: Gestión de riesgo

Tabla 11

Frecuencia de la dimensión 4: Gestión de riesgo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Mala | 21 | 12,4 | 12,4 | 12,4 |
| | Regular | 50 | 29,6 | 29,6 | 42,0 |
| | Buena | 98 | 58,0 | 58,0 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración Propia con los resultados de la encuesta tomado de SPSS 26

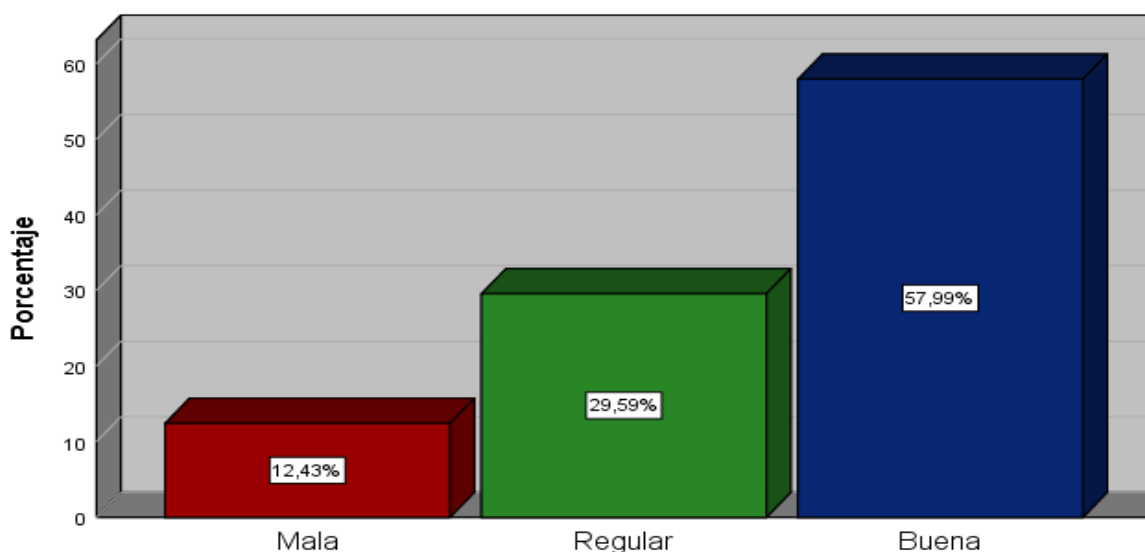


Figura 6. Diagrama de frecuencia de gestión del riesgo

Fuente: Elaboración Propia tomado de SPSS 26

Interpretación:

Según la Tabla 11 y la Figura 6 se aprecia que de los 169 encuestados manifestaron con respecto a la gestión de riesgo que es mala en un 12.43%, regular en 29.59% y buena en 57.99%.

Dimensión 5: Indicadores de gestión

Tabla 12

Frecuencia de la dimensión 5: Indicadores de gestión

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MALA | 23 | 13,6 | 13,6 | 13,6 |
| | REGULAR | 55 | 32,5 | 32,5 | 46,2 |
| | BUENA | 91 | 53,8 | 53,8 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración Propia con los resultados de la encuesta tomado de SPSS 26

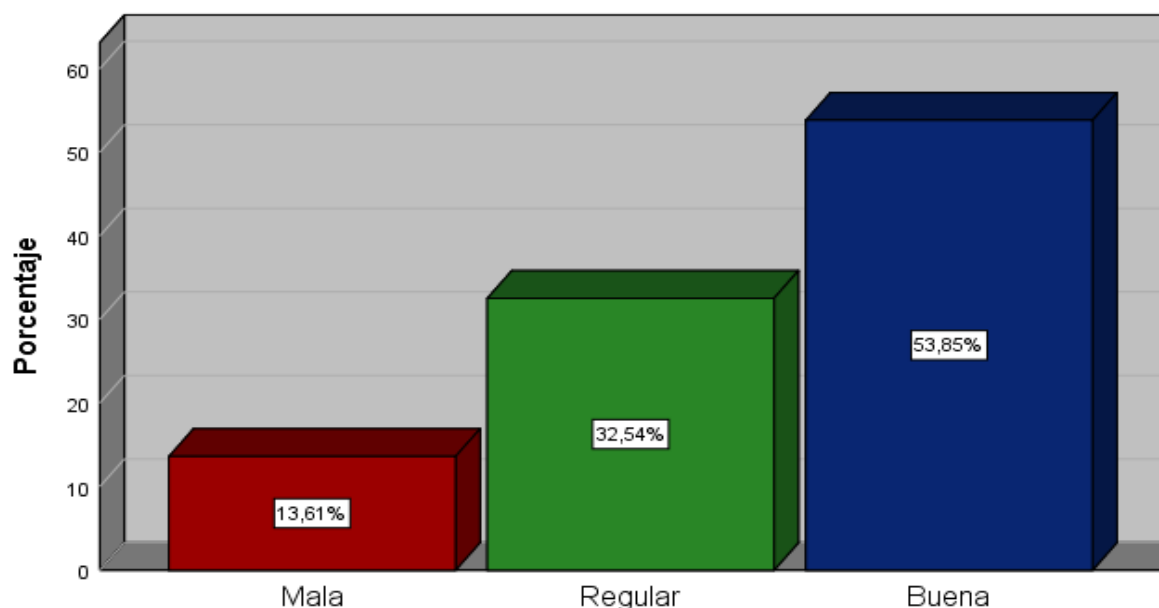


Figura 7. Diagrama de frecuencia de indicadores de gestión

Fuente: Elaboración Propia tomado de SPSS 26

Interpretación:

Según la Tabla 12 y la Figura 7 se aprecia que de los 169 encuestados manifestaron con respecto a los indicadores de gestión que es mala en un 13.61%, regular en 32.54% y buena en 53.85%.

Dimensión 6: Monitoreo

Tabla 13

Frecuencia de la dimensión 6: Monitoreo

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MALA | 17 | 10,1 | 10,1 | 10,1 |
| | REGULAR | 70 | 41,4 | 41,4 | 51,5 |
| | BUENA | 82 | 48,5 | 48,5 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración Propia con los resultados de la encuesta tomado de SPSS 26

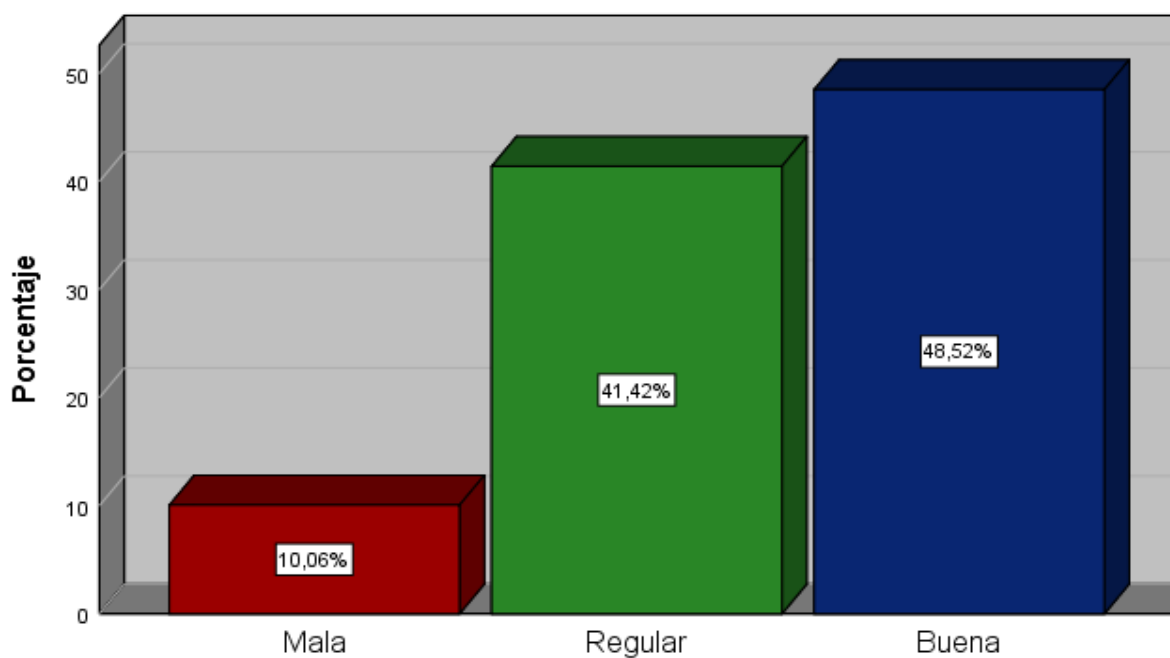


Figura 8. Diagrama de frecuencia de monitoreo

Fuente: Elaboración Propia tomado de SPSS 26

Interpretación:

Según la Tabla 13 y la Figura 8 se aprecia que de los 169 encuestados manifestaron con respecto al monitoreo que es mala en un 10.06%, regular en 41.42% y buena en 48.52%.

Dimensión 7: Evaluación interna

Tabla 14

Frecuencia de la dimensión 7: Evaluación interna

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|---------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | MALA | 14 | 8,3 | 8,3 | 8,3 |
| | REGULAR | 49 | 29,0 | 29,0 | 37,3 |
| | BUENA | 106 | 62,7 | 62,7 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración Propia con los resultados de la encuesta tomado de SPSS 26

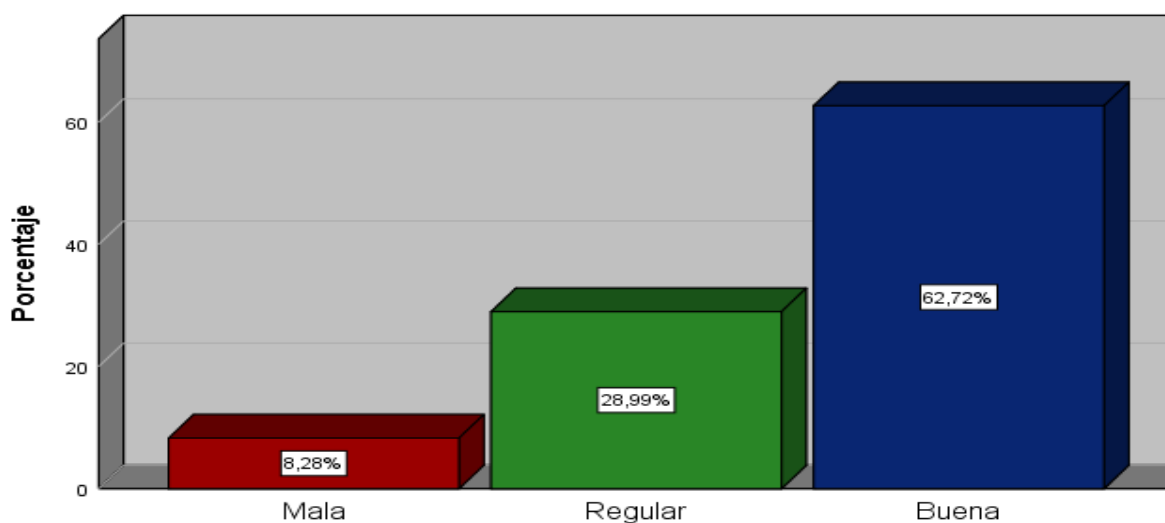


Figura 9. Diagrama de frecuencia de evaluación interna

Fuente: Elaboración Propia tomado de SPSS 26

Interpretación:

Según la Tabla 14 y la Figura 9 se aprecia que de los 169 encuestados manifestaron con respecto a la evaluación interna que es mala en un 8.28%, regular en 28.99% y buena en 62.72%.

4.2 Estadística inferencial

Prueba de normalidad:

Se tomó en cuenta el criterio de aplicación de la prueba de normalidad según la cantidad de datos, siendo mayor de 50 el tamaño muestra permite considerar el estadígrafo Kolmogorov. (Arriaza, 2017, p.44).

Hipótesis de normalidad:

Ho: Los datos de la muestra de la variable gestión de la distribución y administración del tiempo tienen una distribución normal.

Ha: Los datos de la muestra de la variable gestión de la distribución y administración del tiempo no tienen una distribución normal.

Significación:

a. Sig. $p = 0.05$ o 5%

Regla de decisión:

a. Sig. $E < \text{Sig. } p (0.05)$ entonces se rechaza H_0

b. Sig. $E > \text{Sig. } p (0.05)$ entonces se acepta H_0

Regla de decisión:

$N = 169$

1. Tamaño de la muestra $N \leq 50$ se aplicará el estadístico Shapiro - Wilk

2. Tamaño de la muestra $N > 50$ se aplicará el estadístico Kolmogorov – Smirnov

Tabla 15

Prueba de normalidad de Kolmogorov- Smirnov

| | Kolmogorov-Smirnov ^a | | |
|-------------------|---------------------------------|-----|------|
| | Estadístico | gl | Sig. |
| ADMDELTIEMPO | ,133 | 169 | ,000 |
| GDELADISTRIBUCIÓN | ,099 | 169 | ,000 |

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración Propia tomado de SPSS 26

Interpretación:

Según lo que se tiene en la tabla 15 se tuvo 169 encuestados para la prueba de normalidad se utilizó la prueba de Kolmogorov-Smirnov, porque la muestra fue mayor de 169 encuestados. Los datos de la muestra de la variable gestión de la administración tienen una Significancia de $0.000 < 0,05$ y la variable administración del tiempo tiene una Significancia de $0.000 < 0,05$; por lo tanto, según la regla de decisión se rechaza la hipótesis nula y en consecuencia se acepta la alterna, ya que los datos de la muestra de ambas variables no poseen una distribución normal.

Tabla 16

Coeficientes de correlación

| CORRELACIÓN DE SPEARMAN | NIVEL |
|-------------------------|-------------------------------------|
| -1, 0 | Perfecta correlación inversa |
| -0,99 a -0,76 | Correlación intensa inversa |
| -0,75 a -0,60 | Correlación moderada alta inversa |
| -0,59 a -0,43 | Correlación moderada media inversa |
| -0,42 a -0,26 | Correlación moderada baja inversa |
| -0,25 a -0,01 | Correlación baja inversa |
| 0,00 | Sin correlación |
| 0,01 a 0,25 | Correlación baja positiva |
| 0,26 a 0,42 | Correlación moderada baja positiva |
| 0,43 a 0,59 | Correlación moderada media positiva |
| 0,60 a 0,75 | Correlación moderada alta positiva |
| 0,76 a 0,99 | Correlación intensa positiva |
| 1,00 | Perfecta correlación positiva |

Fuente: Mondragón (2014, p.100)

4.3 Hipótesis General

Hipótesis de trabajo:

Existe relación entre la gestión de la distribución y administración del tiempo en una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021

Hipótesis Nula (Ho): No existe relación entre la gestión de la distribución y administración del de una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021

Hipótesis de Investigación (Ha): Si existe relación entre la gestión de la distribución y administración del de una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021

Significación:

a. Sig. p =0.05 o 5%

Regla de decisión:

a. Sig. E < Sig. p (0.05) entonces se rechaza Ho

b. Sig. E > Sig. p (0.05) entonces se acepta Ho

Tabla 17

Prueba de correlación de las variables - Hipótesis General

| | | Gestión de la distribución | Administración del tiempo |
|---------------------------|----------------------------|----------------------------|---------------------------|
| Rho de Spearman | Gestión de la distribución | 1,000 | ,516** |
| | Coeficiente de correlación | | |
| | Sig. (bilateral) | . | ,000 |
| | N | 169 | 60 |
| Administración del tiempo | Administración del tiempo | ,516** | 1,000 |
| | Coeficiente de correlación | | |
| | Sig. (bilateral) | ,000 | . |
| | N | 169 | 169 |

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

Fuente: Elaboración Propia tomado de SPSS 26

Interpretación: En la tabla 17, como el valor obtenido de Sig. (bilateral) es 0,000 <0,05 rechazamos la hipótesis nula tal que, si existe relación entre la gestión de la distribución y administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021. Los resultados del análisis estadístico que se aplicó demuestran un valor de Rho de Spearman = 0,516, es decir una **CORRELACIÓN MODERADA MEDIA POSITIVA** entre ambas variables, según la Tabla 16 de Valoración para determinar el nivel de correlación.

Hipótesis específica 1:

Existe relación entre la distribución física y la administración del tiempo en una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021

Hipótesis Nula (Ho): No Existe relación entre la distribución física y la administración del tiempo en una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021

Hipótesis de Investigación (Ha): Si Existe relación entre la distribución física y la administración del tiempo en una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021

Significación:

- a. Sig. $p = 0.05$ o 5%

Regla de decisión:

- a. Sig. $E < \text{Sig. } p (0.05)$ entonces se rechaza H_0
b. Sig. $E > \text{Sig. } p (0.05)$ entonces se acepta H_0

Tabla 18

Prueba de correlación de la Hipótesis Específica 1

| | | | Distribución Física | Administración del tiempo |
|-----------------|---------------------------|-----------------------------|---------------------|---------------------------|
| Rho de Spearman | Distribución Física | Coefficiente de correlación | 1.000 | .515** |
| | | Sig. (bilateral) | | 0.000 |
| | Administración del tiempo | N | 169 | 169 |
| | | Coefficiente de correlación | .515** | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | 0.000 | |
| | | N | 169 | 169 |

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

Fuente: Elaboración Propia tomado de SPSS 26

Interpretación: En la tabla 18, como el valor obtenido de Sig. (bilateral) es 0,000 $< 0,05$ rechazamos la hipótesis nula tal que, si existe relación entre la distribución física y administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021. Los resultados del análisis estadístico que se aplicó demuestran un valor de Rho de Spearman = 0,515, es decir una CORRELACIÓN MODERADA MEDIA POSITIVA entre ambas variables, según la Tabla 16 de Valoración para determinar el nivel de correlación.

Hipótesis específica 2:

Existe relación entre los canales de distribución y la administración del tiempo en una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021

Hipótesis Nula (Ho): No Existe relación entre los canales de distribución y la administración del tiempo en una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021

Hipótesis de Investigación (Ha): Si Existe relación entre los canales de distribución y la administración del tiempo en una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021

Significación:

- a. Sig. $p = 0.05$ o 5%

Regla de decisión:

- a. Sig. $E < Sig. p (0.05)$ entonces se rechaza Ho
b. Sig. $E > Sig. p (0.05)$ entonces se acepta Ho

Tabla 19

Prueba de correlación de la Hipótesis Específica 2

| | | | Canales de distribución | Administración del tiempo |
|-----------------|---------------------------|----------------------------|-------------------------|---------------------------|
| Rho de Spearman | Canales de distribución | Coeficiente de correlación | 1.000 | .325** |
| | | Sig. (bilateral) | | 0.000 |
| | | N | 169 | 169 |
| | Administración del tiempo | Coeficiente de correlación | .325** | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | 0.000 | |
| | | N | 169 | 169 |

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

Fuente: Elaboración Propia tomado de SPSS 26

Interpretación: En la tabla 19, como el valor obtenido de Sig. (bilateral) es 0,000 $< 0,05$ rechazamos la hipótesis nula tal que, si existe relación entre los canales de distribución y administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021. Los resultados del análisis estadístico que se aplicó demuestran un valor de Rho de Spearman = 0,325, es decir una CORRELACIÓN MODERADA BAJA POSITIVA entre ambas variables, según la Tabla 16 de Valoración para determinar el nivel de correlación.

Hipótesis específica 3:

Existe relación entre las estrategias de distribución y la administración del tiempo en una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021

Hipótesis Nula (Ho): No Existe relación entre las estrategias de distribución y la administración del tiempo en una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021

Hipótesis de Investigación (Ha): Si Existe relación entre las estrategias de distribución y la administración del tiempo en una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021

Significación:

- a. Sig. $p = 0.05$ o 5%

Regla de decisión:

- a. Sig. $E < \text{Sig. } p (0.05)$ entonces se rechaza H_0
b. Sig. $E > \text{Sig. } p (0.05)$ entonces se acepta H_0

Tabla 20

Prueba de correlación de la Hipótesis Específica 3

| | | | Estrategias de distribución | Administración del tiempo |
|-----------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------------|
| Rho de Spearman | Estrategias de distribución | Coefficiente de correlación | 1.000 | .446** |
| | | Sig. (bilateral) | | 0.000 |
| | Administración del tiempo | N | 169 | 169 |
| | | Coefficiente de correlación | .446** | 1.000 |
| | | Sig. (bilateral) | 0.000 | |
| | | N | 169 | 169 |

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

Fuente: Elaboración Propia tomado de SPSS 26

Interpretación: En la tabla 20, como el valor obtenido de Sig. (bilateral) es 0,000 $< 0,05$ rechazamos la hipótesis nula tal que, si existe relación entre las estrategias de distribución y administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021. Los resultados del análisis estadístico que se aplicó demuestran un valor de Rho de Spearman = 0,446, es decir una CORRELACIÓN MODERADA MEDIA POSITIVA entre ambas variables, según la Tabla 16 de Valoración para determinar el nivel de correlación.

IV. DISCUSIÓN

Conforme con el objetivo general, determinar la relación entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021, según la estadística de Rho de Spearman $\rho=0.516$ y una sig. $p=0.000$, se comprobó que si existe una correlación positiva moderada entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo. Por tanto, se puede determinar que existe una similitud con la investigación desarrollada por Navarro (2017). Tesis que tuvo lugar en una empresa de Servicios, y que planteó como propósito determinar cómo se relaciona la logística de distribución con la calidad del servicio. Metodológicamente, la investigación fue aplicada, no experimental, aplicándose la encuesta a los trabajadores y clientes con un total de 22 personas. Finalmente se pudo comprobar que la variable logística de distribución y la calidad de servicio demostraron una relación considerable. Así también lo indica Brasales (2018). En su tesis desarrollada en una empresa florícola del Ecuador, donde se planteó como propósito de estudio, demostrar la importancia de los modelos basados en la gestión logística para alcanzar los niveles de competitividad. El enfoque del estudio fue cuantitativo, exploratorio, documental, la población fue de un total de 77 trabajadores, los datos fueron recogidos mediante entrevistas y encuestas al personal. Se logro concluir que, no existen planes para ejecutar una correcta logística, lo cual genera que los trabajadores consideren que es una gran desventaja para el posicionamiento de la empresa.

En cuanto al primer objetivo específico, identificar la relación entre la distribución física y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021, en la tabla 18 se obtuvo como resultado que la significancia de $p=0.000$, además el coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue de 0.515 el cual indica que existe una correlación moderada media positiva entre la distribución física y la administración del tiempo. Por tanto, al realizar la contrastación con los resultados obtenidos por Rodríguez (2019). En su tesis la cual estuvo enfocada en determinar cómo influye la gestión logística en la competitividad de las empresas del sector construcción. El aspecto metodológico, el estudio fue de enfoque mixto, de nivel explicativo, la población fue de veintisiete gerentes, se emplearon métodos y procesamientos estadísticos. Se hallaron como resultados, de los encuestados el

74,1% respondieron que la recepción de compras no se efectúa de manera conveniente, el 62,9% respondieron que los costos no se manejan adecuadamente. Llegando a poder concluir que, la gestión logística influye positivamente en la forma de competir de las Mypes representando una correlación positiva y altamente significativa entre ambas variables. A tal efecto, podemos decir que la aplicación de la distribución física en la organización pasando del suministro de productos a la correcta gestión de las colecciones contribuye directamente a la competitividad comercial que pueda tener en el mercado.

Respecto al segundo objetivo específico, identificar la relación entre los canales de distribución y la gestión del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021, en la tabla 19 se obtuvo como resultado una significación de $p=0.000$, además el coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue de 0.325 logrando una correlación moderada baja positiva entre los canales de distribución y la administración del tiempo. Por tanto, se puede decir que existe una similitud con los resultados obtenidos por Urday y Cebberos (2017) con el estudio dirigido a establecer la relación entre gestión logística y competitividad, los resultados se correlacionan. Moderada entre las dos variables estudiadas con coeficiente de correlación de 0.442. Por tanto, se ha determinado que el adecuado establecimiento de canales de distribución de acuerdo al tipo y tamaño de la organización puede afectar significativamente la competitividad de la empresa.

Finalmente, se estableció un tercer objetivo específico, identificar la relación entre las estrategias de distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021, en la tabla 20 se obtuvo como resultado una significancia de $p=0.000$, logrando un coeficiente de correlación de Rho de Spearman fue de 0.446 indicando que existe una correlación moderadamente positiva entre las estrategias de distribución y la administración del tiempo. Por tanto, se determina que no existe similitud con los resultados obtenidos por Ruiz (2016). Cuyo contexto de estudio fue una empresa embotelladora, donde se buscó determinar el impacto de la gestión logística y la rentabilidad corporativa. El estudio fue no experimental, correlacional, la información fue recolectada a través de todos los registros del área de logística, se empleó la revisión documental y también procedimientos estadísticos. De acuerdo con el hallazgo de los resultados, según la estadística de Pearson fue de un valor de 0.543, lo que demuestra que no existe

realmente un grado de relación entre los fenómenos estudiados, El autor llegó a concluir que, se determinó que la gestión logística no generó efecto alguno en la rentabilidad de la empresa. Mientras tanto, se puede decir que la adopción de diferentes estrategias de distribución incide a gran escala para lograr competitividad frente a organizaciones del mismo campo.

V. Conclusiones

Primera. Según el objetivo general, se llegó a comprobar la hipótesis planteada con un resultado de correlación de 0.516 y una sig.=0,000 <0,05. La cual se consideró una relación moderada positiva, determinando que existe relación entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo. Por otro lado, el 48.5% de los trabajadores respondieron que, es importante aplicar la gestión de la distribución para el logro de una buena administración del tiempo en la organización, sin embargo, un porcentaje de 40.8% indica que es solo regular y el resto mala. con respecto a la administración del tiempo, también hay un resultado de aceptación como bueno de 46.2%, regular 42% y el resto malo. con ello, se comprueba que las empresas que tienen un buen desempeño logístico y que logran una buena administración del tiempo permitirá que los clientes estén conformes con el servicio brindado.

Segunda. Según el objetivo específico 1, se llegó a comprobar la hipótesis planteada con un resultado de correlación de 0.515 y una Sig.=0,000 <0,05. La cual se consideró una relación moderada positiva, determinando la existencia de la relación entre distribución física y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo. Por otro lado, el 43.8% de los trabajadores respondieron que, es importante aplicar la distribución física para el logro de una buena administración del tiempo en la organización, aunque el 49.7% indicó que es solo regular y el restante es mala. Por ende, los encuestados manifestaron que es importante desarrollar un registro de todos los procesos que tengan relación con la demanda hasta la gestión de cobros para lograr reducir los tiempos en cada actividad.

Tercera. Según el objetivo específico 2, se llegó a comprobar que, la hipótesis planteada con un resultado de correlación de 0.325, y una Sig.=0,000 <0,05. La cual se consideró una relación moderada baja, determinando la existencia de relación entre los canales de distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo. Por otro lado, el 39.6% de los colaboradores manifiestan que es importante el uso adecuado de los canales distribución para lograr una buena administración del tiempo en la organización, sin embargo, un

porcentaje de 49.1% indica que es solo regular y el resto mala. Así, la reparación de canales o medios de distribución ayudará a lograr los objetivos planteados para mejorar la duración de cada proceso.

Cuarta. Según el objetivo específico 3, se llegó a comprobar la hipótesis planteada con un resultado de correlación de 0.446, y Sig.= 0,000 <0,05. La cual se consideró una relación moderada positiva, determinando la existencia de relación entre las estrategias de distribución y la administración del tiempo de la empresa de consumo masivo. Por otro lado, el 42.6% de los colaboradores manifiestan que son buenas las estrategias de distribución que se realizaron para mejorar el proceso de entrega de pedidos a todos los puntos de ventas, sin embargo, un porcentaje de 45.6% indica que es solo regular y el resto es considerada de un nivel malo.

VI. Recomendaciones

Primera. En relación con el objetivo general, se recomendó realizar una administración más asequible; es decir, que el transportista del vehículo maneje toda la información necesaria para la entrega final al cliente, implementando herramientas con las que el operador pueda hacer una entrega correcta y con los protocolos que se exige. Respecto a la administración del tiempo el grado de conformidad es regular del 42% se sugiere hacer eficiente el trabajo y los procesos tanto de transportistas como auxiliares de reparto porque esto permiten a futuro reducir costos, consumo de combustible, optimizar tiempos, esfuerzos y brindar un mejor servicio al cliente, esto determinará de forma directa el tiempo establecido en cada actividad que tiene la organización.

Segunda. Respecto al objetivo específico 1, se precisó tener excelencia a la hora de planificar las rutas de entrega para así evitar el tráfico y otros inconvenientes; ya que la normativa vigente es el compromiso con el cliente, que es vital para poder realizar un buen trabajo en la distribución de los productos desde la estimación de la demanda hasta la correcta gestión de cobros, pues es en la planificación de descarga del producto en donde se encuentran falencias. Esto se puede lograr mediante un monitoreo continuo, lo que permite a los supervisores visualizar cómo se conducen los vehículos. Además de alertar a los operadores sobre posibles puntos de tráfico, proporciona rutas que reducen los minutos u horas entre entregas para cumplir con los plazos comprometidos con los clientes y aumentar los niveles de tráfico.

Tercera. Respecto al objetivo específico 2, en torno a los canales de distribución se sugirió a la organización poder fusionar canales que se encuentren en la misma zona, es decir, que una ruta pueda tener clientes tanto de canal tradicional y canal moderno, con la finalidad de que se puedan asignar a cada unidad de reparto los clientes necesarios para mejorar los tiempos en el proceso y acrecentar la calidad de servicio. A partir de la misma, se pueden implementar anexos en zonas estratégicas con la finalidad de evitar hacer un traslado de larga distancia para unos clientes específicos, pues tendríamos como beneficio ahorro de tiempo, de combustible y sobre todo la fatiga en los colaboradores.

Cuarta. Finalmente, sobre el objetivo específico 3, en relación con las estrategias de distribución Se recomendó que la empresa utilice una estrategia de distribución que beneficie a la empresa, para fidelizar a los clientes a través de la distribución integral de los productos y la calidad del servicio, demostrando la optimización de los tiempos de servicio actualizados. En este estudio se demostró la relación entre la estrategia de distribución y la gestión del tiempo.

REFERENCIAS

Acosta, J., (2010). *Uso eficaz del tiempo: Trabajar más horas o más de prisa no es la solución*, 5ta Ed., España: Profit Editorial recuperado de *Uso eficaz del tiempo: Trabajar más horas o más de prisa no es la solución* - José María Acosta Vera - Google Libros

Aguilar y Artola (2017). *Distribución física: funciones, objetivos, importancia, tipos y ejemplos*, recuperado de <https://www.beetrack.com/es/blog/distribucion-fisica-funciones-objetivos-importancia>

Arce D. (2012) “Administración del tiempo: cómo evitar el caos en la empresa” recuperado de: <http://mba.americaeconomia.com/articulos/reportajes/administracion-del-tiempo-como-evitar-el-caos-en-la-empresa>

Arellano, U. S., & Hinostroza Terrel, F. S. (2017). *Incidencia en la gestión logística integral en la competitividad de las pymes caso: sector agregados y materiales de construcción en Tarma - periodo 2014*. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en Administración, Universidad Nacional del Centro del Perú, Tarma - Perú. Obtenido de <https://bit.ly/3fwc4nY>

Arriaza, M. (2017). *Guía práctica de análisis de datos*. Junta de Andalucía. Consejería de Innovación, Ciencia y Empresa. España

Anaya, J., (2011) *Logística Integral: Gestión Operativa de la Empresa* 1a Ed. España: ESIC EDITORIAL

Aponte, E. D. y Pujol, L. (2012). *Estilos de aprendizaje, gestión del tiempo y rendimiento académico en estudiantes universitarios*. En: *Estilos de aprendizaje: investigaciones y experiencias*. V Congreso Mundial de Estilos de Aprendizaje, Santander, 27, 28 y 29 de junio de 2012.

- Barbosa, E. (2014) Administración del Tiempo: cómo evitar que se desperdicie en el trabajo. México: Grupo VANCHRI
- Bellin, H. (2015) "Picking the right channel to reach your market." Journal of Marketing Channels 22: 231–234. Obtenido de [LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN Y LAS ESTRATEGIAS EN LOS RESTAURANTES Un estudio en Balneário Camboriú - Brasil \(redalyc.org\)](#)
- Brasales, S. P. (2018). La gestión logística y la Competitividad en el Sector Florícola. Tesis para optar el grado de Magíster, Universidad Técnica de Ambato, Ambato - Ecuador. Obtenido de <https://bit.ly/2US24gL>
- Brume, M. J. (2017). Gestión estratégica como herramienta para promover la competitividad de las empresas del sector logístico del departamento del Atlántico, Colombia. Revista Espacios, 38(51), 20 - 33. Obtenido de <https://bit.ly/2N4bfqa>
- Bernal C., (2010) metodología de la investigación (3° ed.), Colombia: Universidad de La Sabana.
- Coyoy, M., (2013) Administración del Tiempo como factor para aumentar la eficacia del Personal Bancario de la Ciudad de Quetzaltenango, para obtener el título de Licenciado en Administración de Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/01/01/Coyoy-Miguel.pdf>
- Cruzado, C., (2017) Relación en la administración del tiempo y la productividad laboral en la Municipalidad Distrital de Mancos –año 2017. Recuperado de http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/11955/cruzado_m.pdf?seque

Delgado, D.(2014) Aplicación de un Plan de mejora en la Logística Interna y su contribución con la Gestión Operativa de la empresa JPS Distribuciones E.I.R.L. para obtener el grado de Licenciado en Administración
Recuperado

http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/705/1/DELGADO_PLA_N_MEJORA_LOGISTICA.pdf .

Galan J., (2020), revista de economipedia: “Canales de distribución”.
Recuperado de <https://economipedia.com/definiciones/canales-de-distribucion.html>

Gil F., (2014), revista de semana económica: “La Administración del tiempo un factor clave en la optimización de los procesos del negocio”. Recuperado de <https://semanaeconomica.com/search?q=administracion>

Guillo M. (agosto, 2013) 5 estrategias para mejorar tu administración del tiempo.
Recuperado de <https://maximopotencial.com/estrategias-mejorar-administracion-del-tiempo/>

Herrera, L, 2013. Gestión del Tiempo Recursos e Instalaciones, 1ra Ed. España:
ic editorial

Hueso, A., & Cascant y Sempere, J. (2012). Metodología y Técnicas Cuantitativas de Investigación. Valencia - España: Universitat Politècnica de Valencia. Obtenido de <https://bit.ly/2UQyqsc>

Hurtado, B. A., Robles, J. M., Preciado, J. M., & Bañuelos, N. (2017). Logística de transporte y desarrollo local en organizaciones exportadoras de uva de mesa sonorense. Estudios Sociales, 28(51), 1 - 26. Obtenido de <https://bit.ly/3fwCDte>

Navarro, L. E. (2017). Logística de la distribución y su relación con la calidad del servicio de serbalazo empresa de Servicios Generales S.A.C., en el año 2016. Tesis para optar Título Profesional de Ingeniero Industrial, Universidad Continental, Junín, Huancayo - Perú. Obtenido de <https://bit.ly/3hBZx3W>

Martínez, C. (2012). El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias *Ciência & Saúde Coletiva*, vol. 17, núm. 3, marzo, 2012, pp. 613-619. Obtenido de [Redalyc.El muestreo en investigación cualitativa. Principios básicos y algunas controversias](#)

Mengual A., Juárez D., Sempere F., y Rodríguez A., (2012), “La Gestión del Tiempo como Habilidad Directiva”. Revista de investigación. Recuperado de: <http://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2012/10/gestion-de-tiempo.pdf>

Miranda, A. (2017). Administración de proyectos. Recuperado de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1197/1/L%C3%B3pez-Administraci%C3%B3n%20de%20proyectos>.

Mondragón. M. (2014). *Uso de la correlación de Spearman. Información científica*. Facultad de Ciencias de la Salud. Ibero Americana.

Ortiz, M., Felipe, P. M., & Arias, E. (2013). Desempeño logístico y rentabilidad económica. Fundamentos teóricos y resultados prácticos. *Economía y Desarrollo*, 149(1), 182 - 193. Obtenido de <https://bit.ly/3hyN6WO>

Pasquel, L., 2016 Gestión del tiempo para mejorar la efectividad en el almacén del grupo empresarial ALFER S.A.C. – 2016, para obtener el grado de Licenciado en Administración. Recuperado de <http://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/12105>

- Peinado, F. (2019). El efecto Amazon en Madrid: la ciudad se "colapsará" si no se cambia el modelo de reparto de paquetes. EL PAIS, págs. 1 - 6. Obtenido de <https://bit.ly/37xOgNJ>
- Pérez, A. d. (2016). La administración del tiempo: una prioridad en la vida. Revista de la Universidad de La Salle, (69), 193-205. Recuperado de *La administración del tiempo: una prioridad en la vida (lasalle.edu.co)
- Rham, P. y Mancero, L. (2009) Monitoreo y evaluación de acciones de desarrollo orientadas al impacto, obtenido de <https://www.shareweb.ch/site/EI/Documents/PSD/Topics/Results%20Measurement/Monitoreo%20y%20evaluaci%C3%B3n%20de%20acciones%20de%20desarrollo%20orientadas%20al%20impacto.pdf>
- Pinedo, C. T. (2018). Canales de distribución, caracterización y panorama actual. Especialización en Gerencia Logística Integral, Universidad Militar Nueva Granada, Colombia. Obtenido de <https://bit.ly/2UPRJSp>
- Reveron, N., (2015) La Gestión del Tiempo para obtener el grado en Administración y Dirección de Empresas Recuperado de <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/1329/LA%20GESTION%20DEL%20TIEMPO.pdf;sequence=1>
- Revista de investigación Editada por Área de Innovación y Desarrollo, S.L La Gestión del Tiempo como habilidad directiva. Recuperado de <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2012/10/Gestion-de-tiempo.pdf>
- Rivero A., (2014) revista Gente Quintana Roo: "Administración del tiempo y la planeación en el mundo ejecutivo", recuperado de: <https://planeacion-en-el-mundo-ejecutivo/>

- Rodríguez, D. A., & Pérez, R. N. (2016). Competitividad del sector del transporte terrestre intermunicipal de pasajeros en Boyacá, Colombia: una aproximación al estado del arte. *Cooperativismo & Desarrollo*, 24(109), 180200. doi:<https://doi.org/10.16925/co.v24i109.1511>
- Ruiz, R. E. (2016). Influencia de la gestión logística en la rentabilidad de la Empresa Embotelladora la Selva S.A., periodo 2011-2015. Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, Iquitos. Obtenido de <https://bit.ly/30S5dRx>
- Salazar, R. (2012). The effect of Supply Chain Management processes on competitive advantage and organizational performance. Thesis for the degree of master of science in engineering and environmental management, Air force institute of technology. Obtenido de <https://bit.ly/3fxd7E8>
- Sánchez (2010). Cómo realizar una revisión sistemática y un meta- análisis. *Aula abierta*, 38(2), 53-64, Se obtuvo de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3316651>
- Sánchez J., (2013) revista informe: “experiencia en la administración del tiempo para priorizar las tareas del directivo de salud en la provincia de Santiago de Cuba”, Recuperado de <http://www.revinfodir.sld.cu/index.php/infodir/article/view/6/10>
- Soler, R. (2017). *Revista ciencia UNEMI*. “La gestión de riesgo: el ausente recurrente de la administración de empresas”, recuperado de <http://ojs.unemi.edu.ec/index.php/cienciaunemi/article/view/671>
- Taber, K. S. (Junio de 2017). The Use of Cronbach’s Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education. *Research in Science Education*, 1 - 24. doi:10.1007/s11165-016-9602-2

- Toro, A. D. (2016). Formas de distribución comercial de las empresas en la actualidad y su influencia en el consumo final. Tesis de Titulación, Universidad Técnica de Machala, Machala. Obtenido de <https://bit.ly/37AAhqb>
- Tubetano, J. E. (2016). Análisis de la logística de distribución para maximizar la utilización de recursos en la empresa Pérez & Rivera. Trabajo de Titulación, Universidad Técnica de Machala, Machala. Obtenido de <https://bit.ly/2UPYunz>
- Trucios, R. (2011) La Gestión del Tiempo. Recuperado de <http://rafaeltrucios.blogspot.com/2016/09/importancia-de-la-administracion-de->
- Urday, C. A., & Cebberos, P. (2017). La gestión logística y su influencia en la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de puente piedra. Tesis para optar el título profesional de Licenciado en International Business, Universidad San Ignacio de Loyola, Lima - Perú. Obtenido de <https://bit.ly/37AZ65q>
- Velásquez, E. (2019). La logística de distribución y los servicios de atención al cliente en la empresa Ajeper del oriente S.A, Pucallpa. Tesis para optar el título de Licenciado en Administración, Universidad Nacional Agraria de la Selva, Tingo María - Perú. Obtenido de <https://bit.ly/2UN68yH>
- Wong, M. (23 de septiembre de 2014). 30% de las empresas peruanas tiene una alta eficiencia logística. El comercio. Obtenido de <https://bit.ly/37H0VOj>
- Yachi, K. M. (2018). Estrategias de distribución para la comercialización de pisco en el mercado interno: asociación de productores de Ica. Anales Científicos, 79(2), 236 - 242. Obtenido de <https://bit.ly/3fwNtPW>

ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de operacionalización de las variables

Anexo 1.1: Cuadro de operacionalización de la variable Gestión de la Distribución

| Variable | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de Medición | |
|---|---|---|-----------------------------|---------------------------------|------------------------|--|----|
| Variable 1: La gestión de la distribución | Según Velásquez (2019) Afirma que la gestión de la distribución es la encargada de poner el producto o servicio final en manos del consumidor. A través de la logística de distribución, los clientes pueden obtener los productos y servicios que desean en el lugar correcto, en el formato correcto, en el momento correcto y en la cantidad correcta. (p. 24) | La medición de la variable gestión de la distribución se realizará en base a la correcta toma de decisiones para la realización de las funciones de entrega de bienes y servicios, mediante procedimientos estructurados como la planeación y el control para lograr los objetivos. | La distribución Física | Estimación de la demanda | 1 | Ordinal Medición: Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre | |
| | | | | Procesamiento de pedidos | 2 | | |
| | | | | Gestión de almacenes | 3 | | |
| | | | | Transporte del producto | 4 | | |
| | | | | Gestión de cobros | 5 | | |
| | | | Los canales de distribución | Canal tradicional | 6 | | |
| | | | | Canal moderno | 7 | | |
| | | | | Las estrategias de distribución | Distribución extensiva | | 8 |
| | | | | | Distribución intensiva | | 9 |
| | | | | | Distribución exclusiva | | 10 |

Anexo 1.2: Cuadro de operacionalización de la variable Administración del Tiempo

| Variable | Definición Conceptual | Definición Operacional | Dimensiones | Indicadores | Ítems | Escala de Medición |
|--|--|---|------------------------|-----------------------------|-------|---|
| Variable 2: La administración del tiempo | Según Pérez (2016) define a la administración del tiempo como el arte de asegurar el tiempo para el beneficio de los demás, a tal punto de tener la suficiente habilidad para ubicar y delegar funciones en razón a la optimización de cada cargo; ya que es necesario asignar tiempos a cada actividad. De ahí que sea necesario desarrollar, desde la gestión de riesgo, elementos que coadyuven a menguar al máximo este tipo de imprevistos. Eso significa que administrar la gestión del tiempo no se refiere solamente a estar ocupados, sino a cumplir con objetivos y metas. (p.201 y 203) | La administración del tiempo se realiza mediante las cadenas de mando, evaluando los indicadores, cumpliendo las normas y cronogramas establecidos para realizar los mantenimientos respectivos para mantener operativos los equipos y remitir los informes o reportes al área encargada. | Gestión de riesgo | Control de área | 11 | Ordinal Medición: Likert (1) Nunca (2) Casi nunca (3) A veces (4) Casi siempre (5) Siempre |
| | | | Indicadores de gestión | Rutas críticas | 12,13 | |
| | | | | Tecnología | 14,15 | |
| | | | Monitoreo | Cumplimiento de normas | 16,17 | |
| | | | | Cumplimiento de cronogramas | 18 | |
| | | | Evaluación interna | Reportes | 19 | |
| | Plan de contingencia | 20 | | | | |

ANEXO 2: Matriz de consistencia

| PROBLEMAS | OBJETIVOS | HIPOTESIS | VARIABLES | DIMENSIONES | METODOLOGIA |
|--|--|---|--|---|---|
| <p>Problema general</p> <p>¿Cuál es la relación entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021?</p> <p>Problemas específicos</p> <p>¿Cuál es la relación entre la distribución física y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre los canales de distribución y la administración del de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021?</p> <p>¿Cuál es la relación entre las estrategias de distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021?</p> | <p>Objetivo general</p> <p>Determinar la relación entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Determinar la relación entre la distribución física y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021</p> <p>Determinar la relación entre los canales de distribución y la administración del de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021</p> <p>Determinar la relación entre las estrategias de distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021</p> | <p>Hipótesis general</p> <p>Existe una relación significativa entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021</p> <p>Hipótesis específicas</p> <p>Existe una relación significativa entre la distribución física y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021</p> <p>Existe una relación significativa entre los canales de distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021</p> <p>Existe una relación significativa entre las estrategias de distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla 2021.</p> | <p>Variable 1: La gestión de la distribución</p> <p>Variable 2: La administración del tiempo</p> | <p>La distribución Física</p> <p>Los canales de distribución</p> <p>Las estrategias de distribución</p> <p>Gestión de riesgo</p> <p>Indicadores de gestión</p> <p>Monitoreo</p> <p>Evaluación interna</p> | <p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo: Aplicada</p> <p>Nivel: Descriptivo – correlacional</p> <p>Diseño: No experimental – transversal</p> <p>Población: 300 colaboradores</p> <p>Muestra:</p> $n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$ <p>169 colaboradores</p> <p>Muestreo: Probabilístico</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: El cuestionario</p> |

ANEXO 3: Instrumento de recolección de datos

Cuestionario para la variable Gestión de la distribución

Estimado(a), se agradece su apertura a la participación de este cuestionario, el cual tiene un objetivo netamente académico. Este cuestionario es anónimo, por favor sírvase a indicar la frecuencia de acción de su organización marcando con una equis "X", considerando la siguiente escala para cada enunciado:

| Totalmente de Acuerdo (TA) | De Acuerdo (DA) | Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (NA/ND) | En desacuerdo (ED) | Totalmente en desacuerdo (TD) |
|----------------------------|-----------------|---|--------------------|-------------------------------|
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

| Enunciado | TA | DA | NA/ND | ED | TD |
|--|----|----|-------|----|----|
| Dimensión 1: La Distribución física | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1. ¿La empresa estima adecuadamente las necesidades de los productos? | | | | | |
| 2. ¿Los gestores de venta procesan los pedidos a tiempo y en las cantidades solicitadas por el cliente? | | | | | |
| 3. ¿Los almacenes de los que disponen se encuentran físicamente distribuidos de forma apropiada? | | | | | |
| 4. ¿El tiempo de descarga del producto está plenamente planificado para evitar demoras al transportarlo? | | | | | |
| 5. La empresa ofrece alternativas de gestión de cobros en cuanto a la adquisición de productos que eviten el traslado físico? | | | | | |
| Dimensión 2: Los Canales de distribución | | | | | |
| 6. ¿La empresa se beneficia de los canales tradicionales (bodegas, tiendas, minoristas en general) para que su producto llegue a más consumidores? | | | | | |
| 7. ¿La empresa emplea como acción táctica apoyarse de canales modernos (supermercados, mayoristas en general) para incrementar el volumen de ventas? | | | | | |
| Dimensión 3: Las Estrategias de distribución | | | | | |
| 8. ¿La empresa emplea estrategias de distribución de tal forma que los canales tradicionales y modernos tengan los productos de la empresa? | | | | | |
| 9. ¿La empresa brinda un catálogo de productos como estrategia de distribución intensiva a los clientes? | | | | | |
| 10. ¿La empresa brinda mejores ofertas a los clientes fidelizados como parte de la estrategia de distribución exclusiva? | | | | | |

Cuestionario para la variable Administración del tiempo

Estimado(a), se agradece su apertura a la participación de este cuestionario, el cual tiene un objetivo netamente académico. Este cuestionario es anónimo, por favor sírvase a indicar la frecuencia de acción de su organización marcando con una equis "X", considerando la siguiente escala para cada enunciado:

| Totalmente de Acuerdo (TA) | De Acuerdo (DA) | Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (NA/ND) | En desacuerdo (ED) | Totalmente en desacuerdo (TD) |
|----------------------------|-----------------|---|--------------------|-------------------------------|
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

| Enunciado | TA | DA | NA/ND | ED | TD |
|--|----|----|-------|----|----|
| Dimensión 1: Gestión de riesgo | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 11. ¿La empresa realiza el control del área de reparto a través de la geolocalización para evitar retrasos en el tiempo de entrega de productos? | | | | | |
| 12. ¿Los auxiliares de reparto identifican peligros y riesgos de rutas críticas con el fin de evitar contratiempos? | | | | | |
| 13. ¿Los transportistas tienen conocimiento de rutas alternas a las rutas críticas riesgosas por accidentes, congestionadas, etc.? | | | | | |
| Dimensión 2: Indicadores de gestión | | | | | |
| 14. ¿Los vendedores utilizan recursos híbridos como los computadores Handheld para agilizar los pedidos? | | | | | |
| 15. ¿La empresa trabaja con KPI constantemente para medir el tiempo de realización de una tarea, la eficiencia de un proceso y el consumo de recursos? | | | | | |
| Dimensión 3: Monitoreo | | | | | |
| 16. ¿Los monitores de ruta cumplen las normas dadas por la empresa de enfocarse en las unidades de transporte más retrasados en ruta? | | | | | |
| 17. ¿El transportista cumple las normas de la empresa respecto a delegar funciones a los auxiliares de reparto? | | | | | |
| 18. ¿Los transportistas cumplen el proceso y cronograma de actividades al momento de entregar el producto al cliente? | | | | | |
| Dimensión 4: Evaluación interna | | | | | |
| 19. ¿Se realizan de manera continua reportes de indicadores en donde se evalúa el desempeño realizado por los colaboradores? | | | | | |
| 20. ¿La empresa cuenta con un plan de contingencia flexible ante cualquier eventualidad? | | | | | |

ANEXO 4: Ficha de validación de juicio de expertos

VALIDACIÓN DE CONTENIDO DEL CUESTIONARIO SOBRE ESTRÉS LABORAL RELACIONADO A LAS CONDICIONES LABORALES

INSTRUCCIÓN: A continuación, se le hace llegar el instrumento de recolección de datos (Cuestionario) que permitirá recoger la información en la presente investigación: Gestión de la distribución y administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021. Por lo que se le solicita que tenga a bien evaluar el instrumento, haciendo, de ser caso, las sugerencias para realizar las correcciones pertinentes. Los criterios de validación de contenido son:

| Criterios | Detalle | Calificación |
|-------------|--|-----------------------------------|
| Suficiencia | El ítem pertenece a la dimensión y basta para obtener la medición de esta | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |
| Claridad | El ítem se comprende fácilmente, es decir, su sintáctica y semántica son adecuadas | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |
| Coherencia | El ítem tiene relación lógica con el indicador que está midiendo | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |
| Relevancia | El ítem es esencial o importante, es decir, debe ser incluido | 1: de acuerdo 0: en desacuerdo |

Nota. Criterios adaptados de la propuesta de Escobar y Cuervo (2008).

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA VARIABLE GESTIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN

Definición de la variable: La gestión de la distribución es la encargada de poner el producto o servicio final en manos del consumidor. A través de la logística de distribución, los clientes pueden obtener los productos y servicios que desean en el lugar correcto, en el formato correcto, en el momento correcto y en la cantidad correcta (Velásquez, 2019, p. 24)

| Dimensión | Indicador | Ítem | S u f i c i e n c i a | C l a r i d a d | C o h e r e n c i a | R e l e v a n c i a | Observación |
|------------------------|--------------------------|--|---|--------------------------------------|--|--|-------------|
| La Distribución Física | Estimación de la demanda | 1. ¿La empresa estima adecuadamente las necesidades de los productos? | | | | | |
| | Procesamiento de pedidos | 2. ¿Los gestores de venta procesan los pedidos a tiempo y en las cantidades solicitadas por el cliente? | | | | | |
| | Gestión de almacenes | 3. ¿Los almacenes de los que disponen se encuentran físicamente distribuidos de forma apropiada? | | | | | |
| | Transporte del producto | 4. ¿El tiempo de descarga del producto está plenamente planificado para evitar demoras al transportarlo? | | | | | |
| | Gestión de cobros | 5. La empresa ofrece alternativas de gestión de cobros en cuanto a la adquisición de | | | | | |

| | | | | | | | |
|---------------------------------|------------------------|--|--|--|--|--|--|
| | | productos que eviten el traslado físico? | | | | | |
| Los Canales de Distribución | Canal tradicional | 6. ¿La empresa se beneficia de los canales tradicionales (bodegas, tiendas, minoristas en general) para que su producto llegue a más consumidores? | | | | | |
| | Canal moderno | 7. ¿La empresa emplea como acción táctica apoyarse de canales modernos (supermercados, mayoristas en general) para incrementar el volumen de ventas? | | | | | |
| Las Estrategias de Distribución | Distribución extensiva | 8. ¿La empresa emplea estrategias de distribución de tal forma que los canales tradicionales y modernos tengan los productos de la empresa? | | | | | |
| | Distribución intensiva | 9. ¿La empresa brinda un catálogo de productos como estrategia de distribución intensiva a los clientes? | | | | | |
| | Distribución exclusiva | 10. ¿La empresa brinda mejores ofertas a los clientes fidelizados como parte de la estrategia de distribución exclusiva? | | | | | |

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO DE LA ADMINISTRACIÓN DEL TIEMPO

Definición de la variable: Pérez (2016) define a la administración del tiempo como el arte de asegurar el tiempo para el beneficio de los demás, a tal punto de tener la suficiente habilidad para ubicar y delegar funciones en razón a la optimización de cada cargo; ya que es necesario asignar tiempos a cada actividad. De ahí que sea necesario desarrollar, desde la gestión de riesgo, elementos que coadyuven a menguar al máximo este tipo de imprevistos. Eso significa que administrar la gestión del tiempo no se refiere solamente a estar ocupados, sino a cumplir con objetivos y metas. (p.201 y 203)

| Dimensión | Indicador | Ítem | S u f i c i e n c i a | C l a r i d a d | C o h e r e n c i a | R e l e v a n c i a | Observación |
|-------------------|------------------|--|---|--------------------------------------|--|--|-------------|
| Gestión de riesgo | Control del área | 11. ¿La empresa realiza el control del área de reparto a través de la geolocalización para evitar retrasos en el tiempo de entrega de productos? | | | | | |
| | Rutas críticas | 12. ¿Los auxiliares de reparto identifican peligros y riesgos de rutas críticas con el fin de evitar contratiempos? | | | | | |
| | | 13. ¿Los transportistas tienen conocimiento de rutas alternas a las rutas críticas riesgosas por accidentes, congestionadas, etc.? | | | | | |

| | | | | | | | |
|------------------------|-----------------------------|--|--|--|--|--|--|
| Indicadores de gestión | Tecnología | 14. ¿Los vendedores utilizan recursos híbridos como los computadores Handheld para agilizar los pedidos? | | | | | |
| | | 15. ¿La empresa trabaja con KPI constantemente para medir el tiempo de realización de una tarea, la eficiencia de un proceso y el consumo de recursos? | | | | | |
| Monitoreo | Cumplimiento de normas | 16. ¿Los monitores de ruta cumplen las normas dadas por la empresa de enfocarse en las unidades de transporte más retrasados en ruta? | | | | | |
| | | 17. ¿El transportista cumple las normas de la empresa respecto a delegar funciones a los auxiliares de reparto? | | | | | |
| | Cumplimiento de cronogramas | 18. ¿Los transportistas cumplen el proceso y cronograma de actividades al momento de entregar el producto al cliente? | | | | | |
| Evaluación interna | Reportes | 19. ¿Se realizan de manera continua reportes de indicadores en donde se evalúa el desempeño realizado por los colaboradores? | | | | | |
| | Plan de contingencia | 20. ¿La empresa cuenta con un plan de contingencia flexible ante cualquier eventualidad? | | | | | |


Cuestionario para la variable Gestión de la distribución

Estimado(a), se agradece su apertura a la participación de este cuestionario, el cual tiene un objetivo netamente académico. Este cuestionario es anónimo, por favor sírvase a indicar la frecuencia de acción de su organización marcando con una equis "X", considerando la siguiente escala para cada enunciado:


| Nunca (NC) | Casi nunca (CN) | A veces (AV) | Casi siempre (CS) | Siempre (SP) |
|------------|-----------------|--------------|-------------------|--------------|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

| Enunciado | NC | CN | AV | CS | SP |
|--|----|----|----|----|----|
| Dimensión 1: La Distribución física | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1. ¿La empresa estima adecuadamente las necesidades de los productos? | | | | | |
| 2. ¿Los gestores de venta procesan los pedidos a tiempo y en las cantidades solicitadas por el cliente? | | | | | |
| 3. ¿Los almacenes de los que disponen se encuentran físicamente distribuidos de forma apropiada? | | | | | |
| 4. ¿El tiempo de descarga del producto está plenamente planificado para evitar demoras al transportarlo? | | | | | |
| 5. La empresa ofrece alternativas de gestión de cobros en cuanto a la adquisición de productos que eviten el traslado físico? | | | | | |
| Dimensión 2: Los Canales de distribución | | | | | |
| 6. ¿La empresa se beneficia de los canales tradicionales (bodegas, tiendas, minoristas en general) para que su producto llegue a más consumidores? | | | | | |
| 7. ¿La empresa emplea como acción táctica apoyarse de canales modernos (supermercados, mayoristas en general) para incrementar el volumen de ventas? | | | | | |
| Dimensión 3: Las Estrategias de distribución | | | | | |
| 8. ¿La empresa emplea estrategias de distribución de tal forma que los canales tradicionales y modernos tengan los productos de la empresa? | | | | | |
| 9. ¿La empresa brinda un catálogo de productos como estrategia de distribución intensiva a los clientes? | | | | | |
| 10. ¿La empresa brinda mejores ofertas a los clientes fidelizados como parte de la estrategia de distribución exclusiva? | | | | | |

¡Muchas gracias por su participación!

| | |
|---------------------------------|--|
| Nombre del instrumento | Cuestionario Gestión de la distribución |
| Objetivo del instrumento | Determinar la relación que existe entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo. |
| Nombres y apellidos del experto | Edith G. Rosales Domínguez |
| Documento de identidad | 25703679 |
| Años de experiencia en el área | 15 |
| Máximo Grado Académico | Doctora en ciencias administrativas (UNMSM) |
| Nacionalidad | Peruana |
| Institución | Universidad César Vallejo |
| Cargo | Docente |
| Número telefónico | 955866716 |
| Firma |  Es aplicable |
| Fecha | 211/09/2021 |

| | |
|---------------------------------|--|
| Nombre del instrumento | Cuestionario Gestión de la distribución |
| Objetivo del instrumento | Determinar la relación que existe entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo. |
| Nombres y apellidos del experto | Raúl Elías Dueñas Luján |
| Documento de identidad | 17826485 |
| Años de experiencia en el área | 30 |
| Máximo Grado Académico | Mgtr. Administración de Empresas |
| Nacionalidad | Peruana |
| Institución | Universidad César Vallejo |
| Cargo | Docente |
| Número telefónico | 949259196 |
| Firma | |
| Fecha | 211/09/2021 |

| | |
|---------------------------------|--|
| Nombre del instrumento | Cuestionario Gestión de la distribución |
| Objetivo del instrumento | Determinar la relación que existe entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo. |
| Nombres y apellidos del experto | Fanny Esperanza Zavala Alfaro |
| Documento de identidad | 07356295 |
| Años de experiencia en el área | 12 |
| Máximo Grado Académico | Magister en Economía |
| Nacionalidad | Peruana |
| Institución | Universidad César Vallejo |
| Cargo | Docente |
| Número telefónico | |
| Firma |  |
| Fecha | 21/09/2021 |


Cuestionario para la variable Administración del tiempo

Estimado(a), se agradece su apertura a la participación de este cuestionario, el cual tiene un objetivo netamente académico. Este cuestionario es anónimo, por favor sírvase a indicar la frecuencia de acción de su organización marcando con una equis "X", considerando la siguiente escala para cada enunciado:


| Totalmente de Acuerdo (TA) | De Acuerdo (DA) | Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (NA/ND) | En desacuerdo (ED) | Totalmente en desacuerdo (TD) |
|----------------------------|-----------------|---|--------------------|-------------------------------|
| 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

| Enunciado | TA | DA | NA/ND | ED | TD |
|--|----|----|-------|----|----|
| Dimensión 1: Gestión de riesgo | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 11. ¿La empresa realiza el control del área de reparto a través de la geolocalización para evitar retrasos en el tiempo de entrega de productos? | | | | | |
| 12. ¿Los auxiliares de reparto identifican peligros y riesgos de rutas críticas con el fin de evitar contratiempos? | | | | | |
| 13. ¿Los transportistas tienen conocimiento de rutas alternas a las rutas críticas riesgosas por accidentes, congestionadas, etc.? | | | | | |
| Dimensión 2: Indicadores de gestión | | | | | |
| 14. ¿Los vendedores utilizan recursos híbridos como los computadores Handheld para agilizar los pedidos? | | | | | |
| 15. ¿La empresa trabaja con KPI constantemente para medir el tiempo de realización de una tarea, la eficiencia de un proceso y el consumo de recursos? | | | | | |
| Dimensión 3: Monitoreo | | | | | |
| 16. ¿Los monitores de ruta cumplen las normas dadas por la empresa de enfocarse en las unidades de transporte más retrasados en ruta? | | | | | |
| 17. ¿El transportista cumple las normas de la empresa respecto a delegar funciones a los auxiliares de reparto? | | | | | |
| 18. ¿Los transportistas cumplen el proceso y cronograma de actividades al momento de entregar el producto al cliente? | | | | | |
| Dimensión 4: Evaluación interna | | | | | |
| 19. ¿Se realizan de manera continua reportes de indicadores en donde se evalúa el desempeño realizado por los colaboradores? | | | | | |
| 20. ¿La empresa cuenta con un plan de contingencia flexible ante cualquier eventualidad? | | | | | |

¡Muchas gracias por su participación!

| | |
|---------------------------------|--|
| Nombre del instrumento | Cuestionario Administración del tiempo |
| Objetivo del instrumento | Determinar la relación que existe entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo. |
| Nombres y apellidos del experto | Edith G. Rosales Domínguez |
| Documento de identidad | 25703679 |
| Años de experiencia en el área | 15 |
| Máximo Grado Académico | Doctora en ciencias administrativas (UNMSM) |
| Nacionalidad | Peruana |
| Institución | Universidad César Vallejo |
| Cargo | Docente |
| Número telefónico | 955866716 |
| Firma |  Es aplicable |
| Fecha | 211/09/2021 |

| | |
|---------------------------------|--|
| Nombre del instrumento | Cuestionario Administración del tiempo |
| Objetivo del instrumento | Determinar la relación que existe entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo. |
| Nombres y apellidos del experto | Raúl Elías Dueñas Luján |
| Documento de identidad | 17826485 |
| Años de experiencia en el área | 30 |
| Máximo Grado Académico | Mgtr. Administración de Empresas |
| Nacionalidad | Peruana |
| Institución | Universidad César Vallejo |
| Cargo | Docente |
| Número telefónico | 949259196 |
| Firma | |
| Fecha | 211/09/2021 |

| | |
|---------------------------------|--|
| Nombre del instrumento | Cuestionario Administración del tiempo |
| Objetivo del instrumento | Determinar la relación que existe entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo. |
| Nombres y apellidos del experto | Fanny Esperanza Zavala Alfaro |
| Documento de identidad | 07356295 |
| Años de experiencia en el área | 12 |
| Máximo Grado Académico | Magister en Economía |
| Nacionalidad | Peruana |
| Institución | Universidad César Vallejo |
| Cargo | Docente |
| Número telefónico | |
| Firma |  |
| Fecha | 211/09/2021 |

ANEXO 5: Procesamiento de la encuesta

Base de datos – alfa de Crombach

BASE CONFIABILIDAD 100 (1).sav [ConjuntoDatos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 24 de 24 variables

| | ID | Sexo | G1 | G2 | G3 | G4 | G5 | G6 | G7 | G8 | G9 | G10 | AT1 | AT2 | AT3 |
|----|----|------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|
| 1 | 1 | 1 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 2 | 2 | 1 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 |
| 3 | 3 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 1 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 6 | 6 | 1 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 7 | 7 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 8 | 8 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| 9 | 9 | 1 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 |
| 10 | 10 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 11 | 11 | 2 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 |
| 12 | 12 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 13 | 13 | 1 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 14 | 14 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 1 | 1 | 5 | 4 | 2 | 5 |
| 15 | 15 | 1 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 16 | 16 | 1 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 17 | 17 | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 18 | 18 | 1 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 19 | 19 | 1 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 20 | 20 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 21 | 21 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 5 | 2 | 3 | 3 |
| 22 | 22 | 2 | 3 | 5 | 4 | 2 | 3 | 4 | 4 | 2 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 23 | 23 | 1 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

BASE CONFIABILIDAD 100 (1).sav [ConjuntoDatos2] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 24 de 24 variables

| | ID | Sexo | G1 | G2 | G3 | G4 | G5 | G6 | G7 | G8 | G9 | G10 | AT1 | AT2 | AT3 |
|-----|-----|------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|
| 79 | 79 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 |
| 80 | 80 | 1 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 3 |
| 81 | 81 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 |
| 82 | 82 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 83 | 83 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 |
| 84 | 84 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 85 | 85 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 |
| 86 | 86 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 |
| 87 | 87 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 88 | 88 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 3 |
| 89 | 89 | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 2 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 2 |
| 90 | 90 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 |
| 91 | 91 | 1 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 | 3 |
| 92 | 92 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 |
| 93 | 93 | 1 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 1 | 5 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 |
| 94 | 94 | 1 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 95 | 95 | 1 | 5 | 3 | 3 | 2 | 2 | 1 | 3 | 1 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 96 | 96 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 97 | 97 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 98 | 98 | 1 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 1 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 99 | 99 | 1 | 4 | 3 | 3 | 1 | 3 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| 100 | 100 | 1 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 3 | 3 |
| 101 | | | | | | | | | | | | | | | |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

ANEXO 6: Base de datos en procesamiento SPSS

Base de datos de la encuesta

BASE FINAL - 169.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 40 de 40 variables

| | ID | Sexo | G1 | G2 | G3 | G4 | G5 | G6 | G7 | G8 | G9 | G10 | AT1 | AT2 | AT3 |
|----|----|------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|
| 1 | 1 | 1 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 4 |
| 2 | 2 | 1 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 1 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 |
| 3 | 3 | 1 | 5 | 3 | 3 | 3 | 3 | 1 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 |
| 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 1 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 6 | 6 | 1 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 7 | 7 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| 8 | 8 | 1 | 3 | 4 | 3 | 2 | 5 | 5 | 3 | 4 | 3 | 2 | 3 | 4 | 4 |
| 9 | 9 | 1 | 3 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 3 | 3 | 5 |
| 10 | 10 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 |
| 11 | 11 | 2 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 2 | 4 |
| 12 | 12 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 1 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 13 | 13 | 1 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 14 | 14 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 1 | 1 | 5 | 4 | 2 | 5 |
| 15 | 15 | 1 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 3 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 |
| 16 | 16 | 1 | 5 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 17 | 17 | 1 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 1 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 |
| 18 | 18 | 1 | 4 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 2 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 19 | 19 | 1 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 |
| 20 | 20 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 21 | 21 | 1 | 3 | 3 | 4 | 2 | 2 | 1 | 3 | 2 | 1 | 5 | 2 | 3 | 3 |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

BASE FINAL - 169.sav [ConjuntoDatos1] - IBM SPSS Statistics Editor de datos

Archivo Editar Ver Datos Transformar Analizar Gráficos Utilidades Ampliaciones Ventana Ayuda

Visible: 40 de 40 variables

| | ID | Sexo | G1 | G2 | G3 | G4 | G5 | G6 | G7 | G8 | G9 | G10 | AT1 | AT2 | AT3 |
|-----|-----|------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|
| 149 | 149 | 1 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 150 | 150 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 151 | 151 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 |
| 152 | 152 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 |
| 153 | 153 | 1 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 154 | 154 | 1 | 5 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 4 |
| 155 | 155 | 1 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 |
| 156 | 156 | 1 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 157 | 157 | 1 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 1 | 3 | 2 | 4 | 3 | 5 | 2 | 5 |
| 158 | 158 | 1 | 5 | 4 | 2 | 5 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 |
| 159 | 159 | 2 | 5 | 5 | 2 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 |
| 160 | 160 | 1 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 161 | 161 | 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 |
| 162 | 162 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 163 | 163 | 1 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 164 | 164 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 |
| 165 | 165 | 1 | 3 | 4 | 4 | 4 | 5 | 2 | 2 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 |
| 166 | 166 | 1 | 5 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 |
| 167 | 167 | 1 | 5 | 3 | 5 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 |
| 168 | 168 | 1 | 5 | 4 | 3 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 2 | 3 | 5 | 2 | 2 |
| 169 | 169 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 | 1 |

Vista de datos Vista de variables

IBM SPSS Statistics Processor está listo Unicode:ON

ANEXO 7: Formulario de cuestionario en línea

Encuesta: Gestión de la distribución y administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021

Soy estudiante de la Universidad Cesar Vallejo del curso del desarrollo de proyecto de investigación del x ciclo y realizo este cuestionario con el objetivo de determinar la relación entre la gestión de la distribución y la administración del tiempo de una empresa de consumo masivo; por lo que solicito su colaboración en el desarrollo de las preguntas expuestas de carácter confidencial y reservado; los resultados serán utilizados para efectos académicos y de investigación científica. Muchas gracias por su participación.

Correo *

Correo válido

Este formulario registra los correos. [Cambiar configuración](#)

Sexo

- Femenino
- Masculino

Cargo en la empresa

- Transportista
- Auxiliar de reparto
- Monitor
- supervisor de distribución

INSTRUCCIONES: Lea cuidadosamente cada una de las preguntas y conteste marcando la alternativa que considere de su preferencia

1. ¿La empresa estima adecuadamente las necesidades de los productos?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

2. ¿Los gestores de venta procesan los pedidos a tiempo y en las cantidades solicitadas por el cliente?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

3. ¿Los almacenes de los que disponen se encuentran físicamente distribuidos de forma apropiada?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

4. ¿El tiempo de descarga del producto está plenamente planificado para evitar demoras al transportarlo?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

5. La empresa ofrece alternativas de gestión de cobros en cuanto a la adquisición de productos que eviten el traslado físico?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

6. ¿La empresa se beneficia de los canales tradicionales (bodegas, tiendas, minoristas en general) para que su producto llegue a más consumidores?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

7. ¿La empresa emplea como acción táctica apoyarse de canales modernos (supermercados, mayoristas en general) para incrementar el volumen de ventas?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

8. ¿La empresa emplea estrategias de distribución de tal forma que los canales tradicionales y modernos tengan los productos de la empresa?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

9. ¿La empresa brinda un catálogo de productos como estrategia de distribución intensiva a los clientes?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

10. ¿La empresa brinda mejores ofertas a los clientes fidelizados como parte de la estrategia de distribución exclusiva?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

11. ¿La empresa realiza el control del área de reparto a través de la geolocalización para evitar retrasos en el tiempo de entrega de productos?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

12. ¿Los auxiliares de reparto identifican peligros y riesgos de rutas críticas con el fin de evitar contratiempos?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

13. ¿Los transportistas tienen conocimiento de rutas alternas a las rutas críticas riesgosas por accidentes, congestionadas, etc.?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

14. ¿Los vendedores utilizan recursos híbridos como los computadores Handheld para agilizar los pedidos?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

15. ¿La empresa trabaja con KPI constantemente para medir el tiempo de realización de una tarea, la eficiencia de un proceso y el consumo de recursos?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

16. ¿Los monitores de ruta cumplen las normas dadas por la empresa de enfocarse en las unidades de transporte más retrasados en ruta?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

17. ¿El transportista cumple las normas de la empresa respecto a delegar funciones a los auxiliares de reparto?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

18. ¿Los transportistas cumplen el proceso y cronograma de actividades al momento de entregar el producto al cliente?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

19. ¿Se realizan de manera continua reportes de indicadores en donde se evalúa el desempeño realizado por los colaboradores?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

20. ¿La empresa cuenta con un plan de contingencia flexible ante cualquier eventualidad?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

Enviar

Borrar formulario

Este formulario se creó en Universidad Cesar Vallejo. [Notificar uso inadecuado](#)

Google Formularios

ANEXO 8: Resultados descriptivos por cada pregunta del cuestionario

Tabla 21

Pregunta 1: ¿La empresa estima adecuadamente las necesidades de los productos?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 5 | 3,0 | 3,0 | 3,0 |
| | Casi nunca | 7 | 4,1 | 4,1 | 7,1 |
| | A veces | 19 | 11,2 | 11,2 | 18,3 |
| | Casi siempre | 36 | 21,3 | 21,3 | 39,6 |
| | Siempre | 102 | 60,4 | 60,4 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

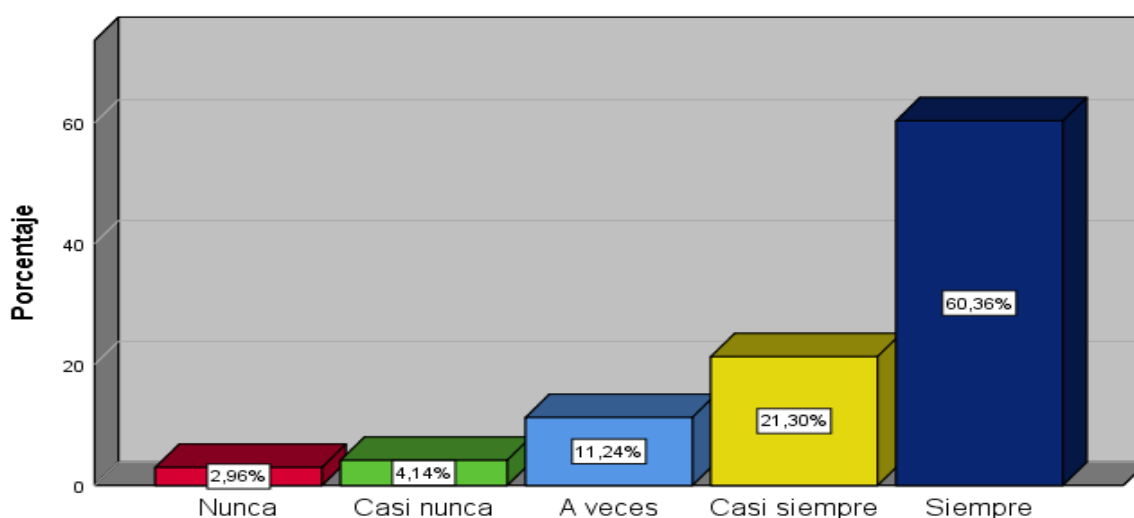


Figura 10. Pregunta 1: ¿La empresa estima adecuadamente las necesidades de los productos?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 22

Pregunta 2: ¿Los gestores de venta procesan los pedidos a tiempo y en las cantidades solicitadas por el cliente?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 3 | 1,8 | 1,8 | 1,8 |
| | Casi nunca | 11 | 6,5 | 6,5 | 8,3 |
| | A veces | 30 | 17,8 | 17,8 | 26,0 |
| | Casi siempre | 61 | 36,1 | 36,1 | 62,1 |
| | Siempre | 64 | 37,9 | 37,9 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

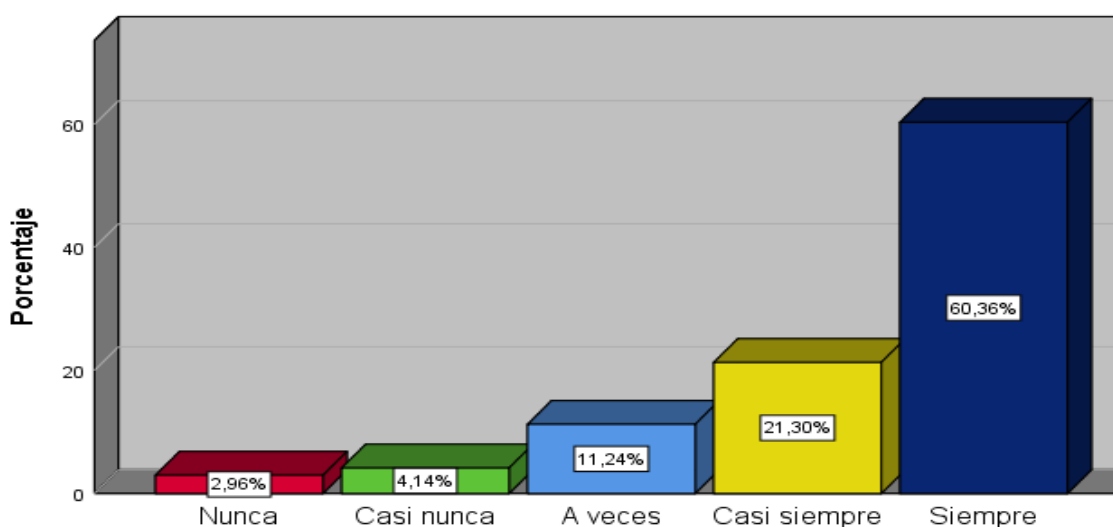


Figura 11. Pregunta 2: ¿Los gestores de venta procesan los pedidos a tiempo y en las cantidades solicitadas por el cliente?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 23

Pregunta 3: ¿Los almacenes de los que disponen se encuentran físicamente distribuidos de forma apropiada?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 5 | 3,0 | 3,0 | 3,0 |
| | Casi nunca | 20 | 11,8 | 11,8 | 14,8 |
| | A veces | 39 | 23,1 | 23,1 | 37,9 |
| | Casi siempre | 67 | 39,6 | 39,6 | 77,5 |
| | Siempre | 38 | 22,5 | 22,5 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

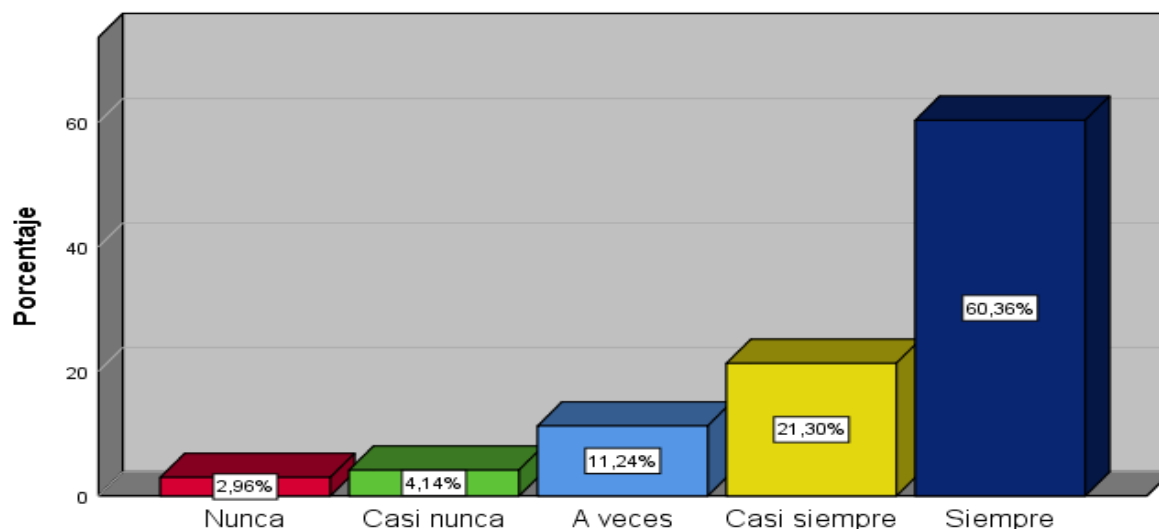


Figura 12. Pregunta 3: ¿Los almacenes de los que disponen se encuentran físicamente distribuidos de forma apropiada?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 24

Pregunta 4: ¿El tiempo de descarga del producto está plenamente planificado para evitar demoras al transportarlo?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 10 | 5,9 | 5,9 | 5,9 |
| | Casi nunca | 28 | 16,6 | 16,6 | 22,5 |
| | A veces | 47 | 27,8 | 27,8 | 50,3 |
| | Casi siempre | 42 | 24,9 | 24,9 | 75,1 |
| | Siempre | 42 | 24,9 | 24,9 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

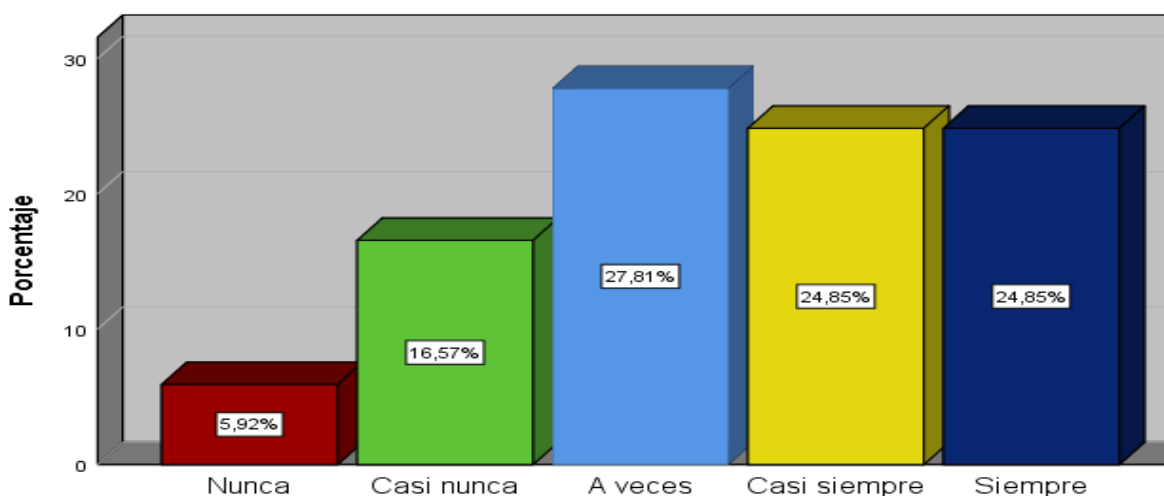


Figura 13. Pregunta 4: ¿El tiempo de descarga del producto está plenamente planificado para evitar demoras al transportarlo?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 25

Pregunta 5: ¿La empresa ofrece alternativas de gestión de cobros en cuanto a la adquisición de productos que eviten el traslado físico?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | | | | |
| Nunca | 4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 |
| Casi nunca | 18 | 10,7 | 10,7 | 13,0 |
| A veces | 42 | 24,9 | 24,9 | 37,9 |
| Casi siempre | 38 | 22,5 | 22,5 | 60,4 |
| Siempre | 67 | 39,6 | 39,6 | 100,0 |
| Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

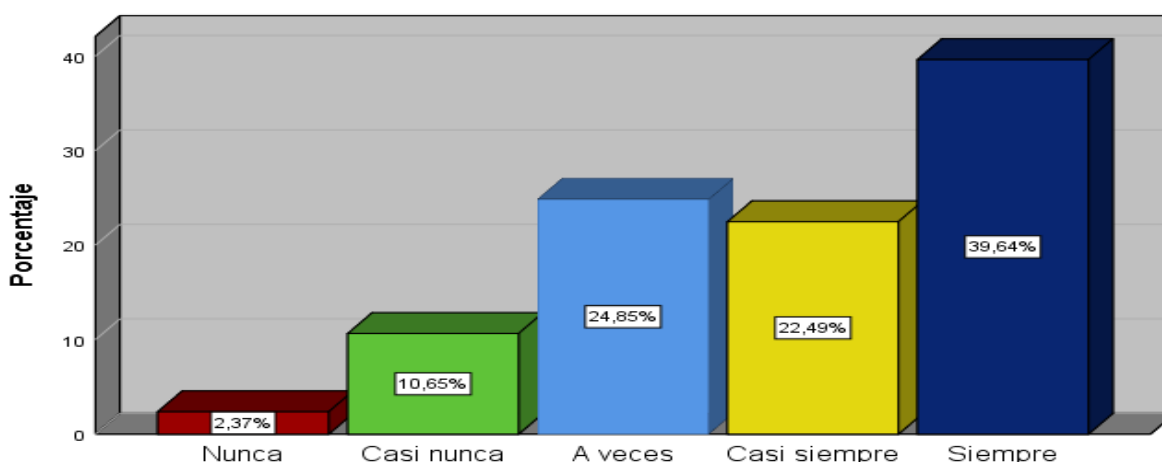


Figura 14. Pregunta 5: ¿La empresa ofrece alternativas de gestión de cobros en cuanto a la adquisición de productos que eviten el traslado físico?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 26

Pregunta 6: ¿La empresa se beneficia de los canales tradicionales (bodegas, tiendas, minoristas en general) para que su producto llegue a más consumidores?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 31 | 18,3 | 18,3 | 18,3 |
| | Casi nunca | 29 | 17,2 | 17,2 | 35,5 |
| | A veces | 35 | 20,7 | 20,7 | 56,2 |
| | Casi siempre | 45 | 26,6 | 26,6 | 82,8 |
| | Siempre | 29 | 17,2 | 17,2 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

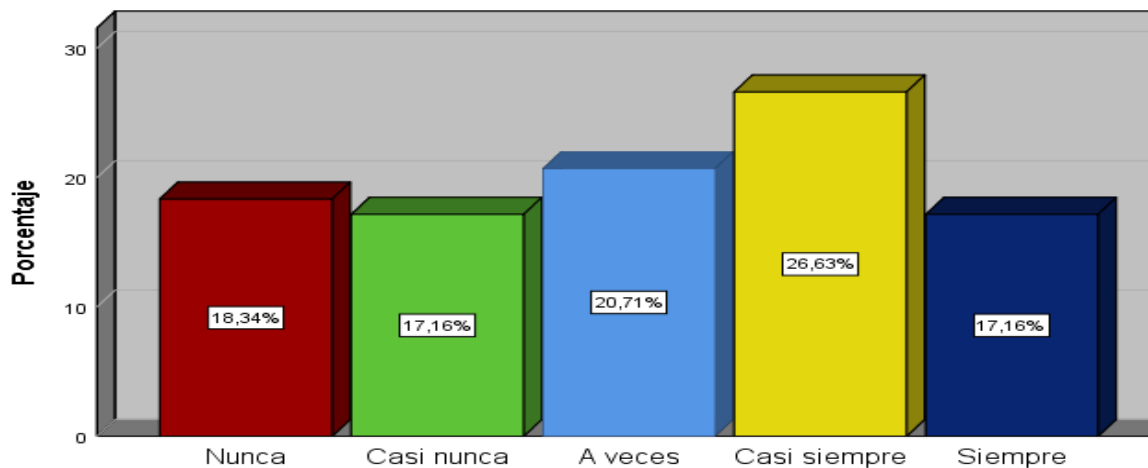


Figura 15. Pregunta 6: ¿La empresa se beneficia de los canales tradicionales (bodegas, tiendas, minoristas en general) para que su producto llegue a más consumidores?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 27

Pregunta 7: ¿La empresa emplea como acción táctica apoyarse de canales modernos (supermercados, mayoristas en general) para incrementar el volumen de ventas?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 3 | 1,8 | 1,8 | 1,8 |
| | Casi nunca | 14 | 8,3 | 8,3 | 10,1 |
| | A veces | 42 | 24,9 | 24,9 | 34,9 |
| | Casi siempre | 63 | 37,3 | 37,3 | 72,2 |
| | Siempre | 47 | 27,8 | 27,8 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

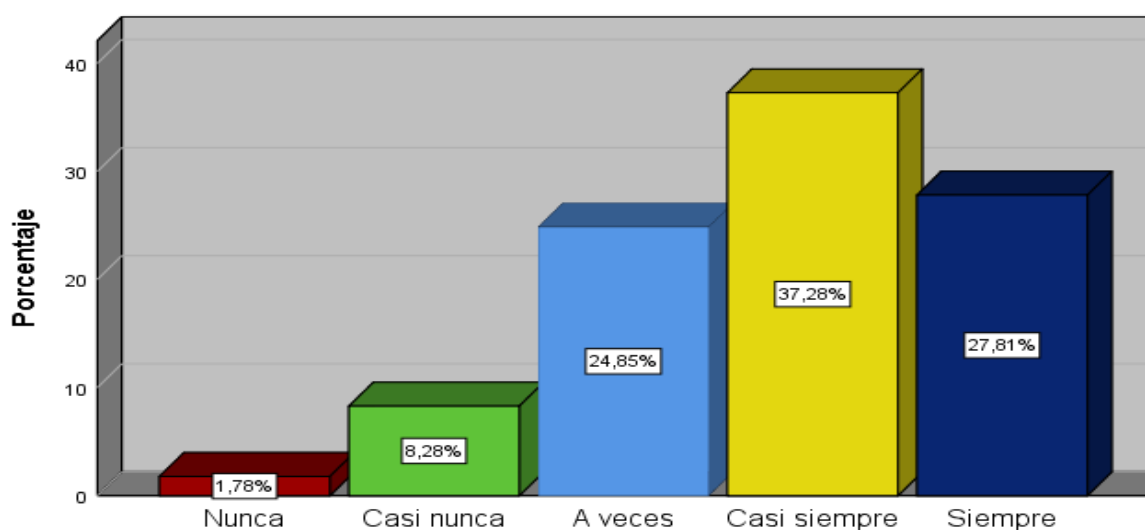


Figura 16. Pregunta 7: ¿La empresa emplea como acción táctica apoyarse de canales modernos (supermercados, mayoristas en general) para incrementar el volumen de ventas?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 28

Pregunta 8: ¿La empresa emplea estrategias de distribución de tal forma que los canales tradicionales y modernos tengan los productos de la empresa?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 6 | 3,6 | 3,6 | 3,6 |
| | Casi nunca | 11 | 6,5 | 6,5 | 10,1 |
| | A veces | 31 | 18,3 | 18,3 | 28,4 |
| | Casi siempre | 59 | 34,9 | 34,9 | 63,3 |
| | Siempre | 62 | 36,7 | 36,7 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

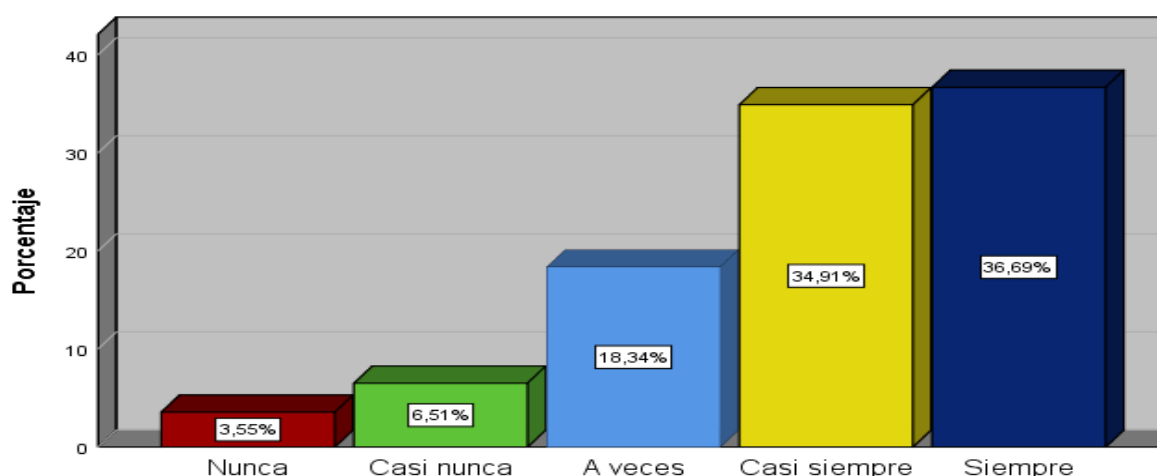


Figura 17. Pregunta 8: ¿La empresa emplea estrategias de distribución de tal forma que los canales tradicionales y modernos tengan los productos de la empresa?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 29

Pregunta 9: ¿La empresa brinda un catálogo de productos como estrategia de distribución intensiva a los clientes?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 8 | 4,7 | 4,7 | 4,7 |
| | Casi nunca | 14 | 8,3 | 8,3 | 13,0 |
| | A veces | 41 | 24,3 | 24,3 | 37,3 |
| | Casi siempre | 56 | 33,1 | 33,1 | 70,4 |
| | Siempre | 50 | 29,6 | 29,6 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

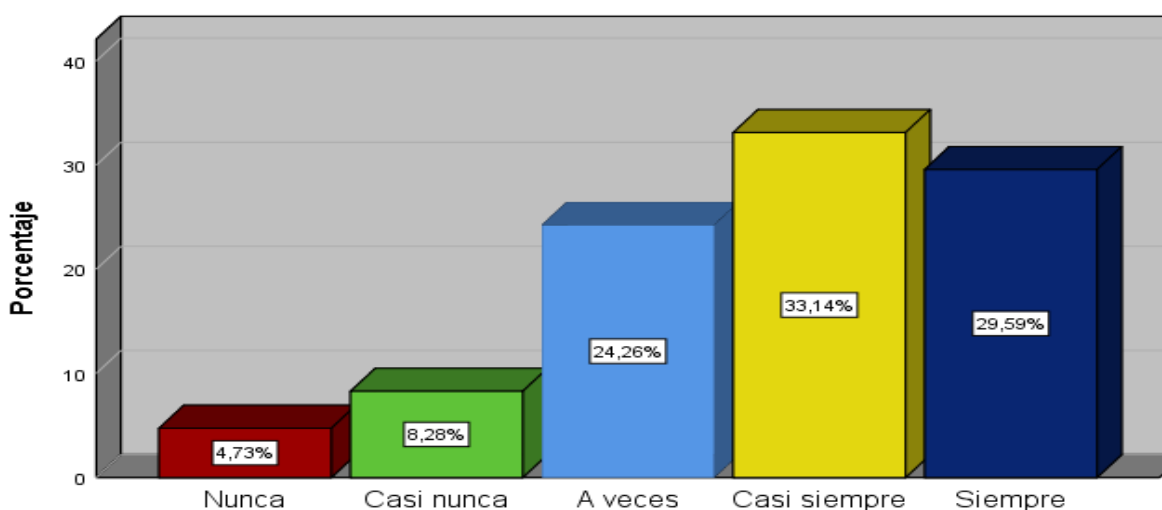


Figura 18. Pregunta 9: ¿La empresa brinda un catálogo de productos como estrategia de distribución intensiva a los clientes?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 30

Pregunta 10: ¿La empresa brinda mejores ofertas a los clientes fidelizados como parte de la estrategia de distribución exclusiva?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 |
| | Casi nunca | 11 | 6,5 | 6,5 | 8,9 |
| | A veces | 35 | 20,7 | 20,7 | 29,6 |
| | Casi siempre | 61 | 36,1 | 36,1 | 65,7 |
| | Siempre | 58 | 34,3 | 34,3 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

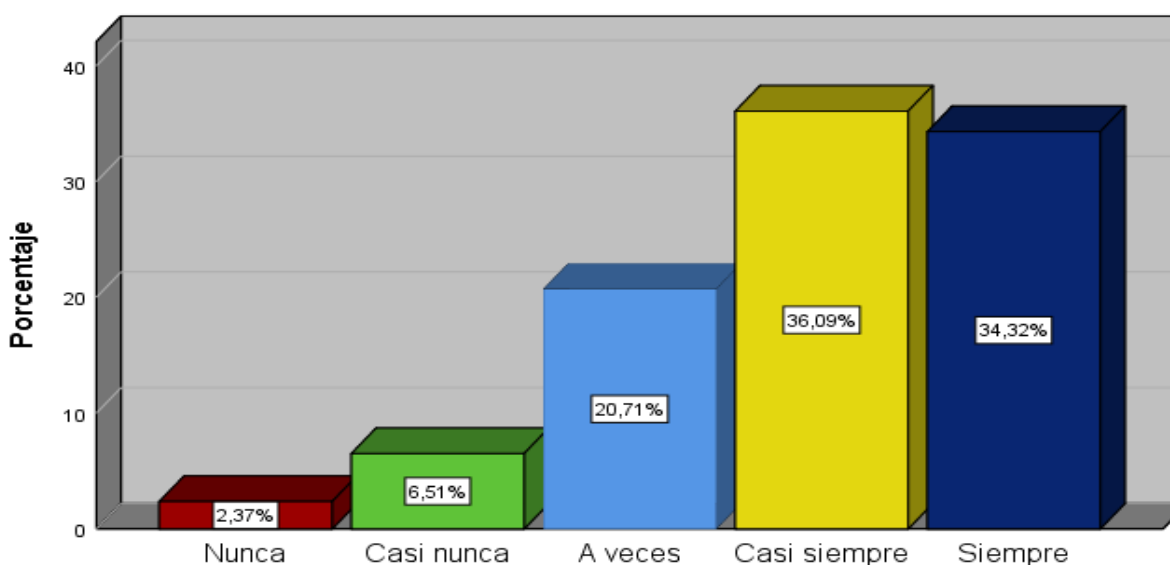


Figura 19. Pregunta 10: ¿La empresa brinda mejores ofertas a los clientes fidelizados como parte de la estrategia de distribución exclusiva?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 31

Pregunta 11: ¿La empresa realiza el control del área de reparto a través de la geolocalización para evitar retrasos en el tiempo de entrega de productos?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 7 | 4,1 | 4,1 | 4,1 |
| | Casi nunca | 21 | 12,4 | 12,4 | 16,6 |
| | A veces | 28 | 16,6 | 16,6 | 33,1 |
| | Casi siempre | 64 | 37,9 | 37,9 | 71,0 |
| | Siempre | 49 | 29,0 | 29,0 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

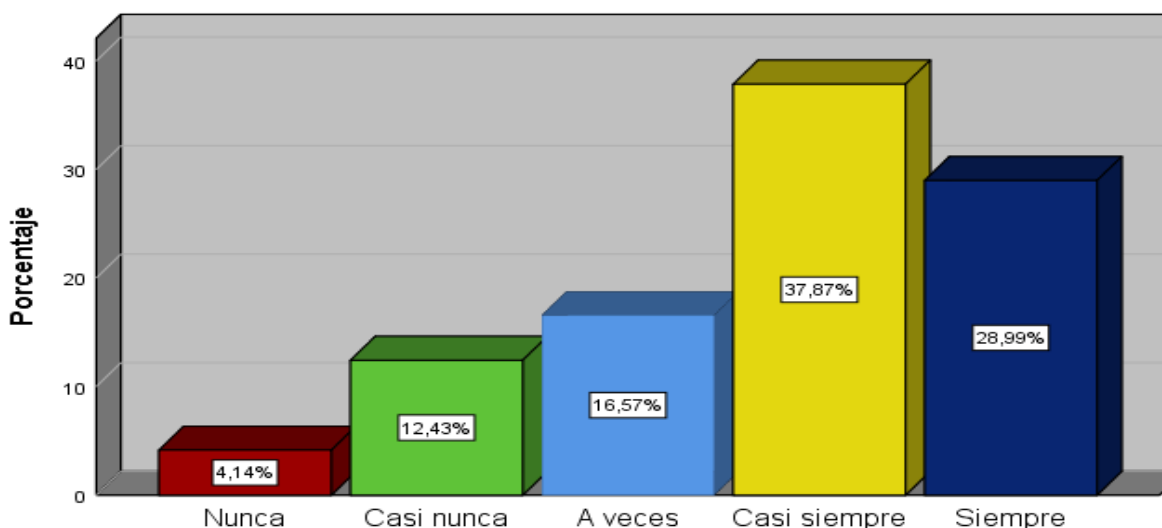


Figura 20. Pregunta 11: ¿La empresa realiza el control del área de reparto a través de la geolocalización para evitar retrasos en el tiempo de entrega de productos?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 32

Pregunta 12: ¿Los auxiliares de reparto identifican peligros y riesgos de rutas críticas con el fin de evitar contratiempos?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 |
| | Casi nunca | 26 | 15,4 | 15,4 | 17,8 |
| | A veces | 29 | 17,2 | 17,2 | 34,9 |
| | Casi siempre | 70 | 41,4 | 41,4 | 76,3 |
| | Siempre | 40 | 23,7 | 23,7 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

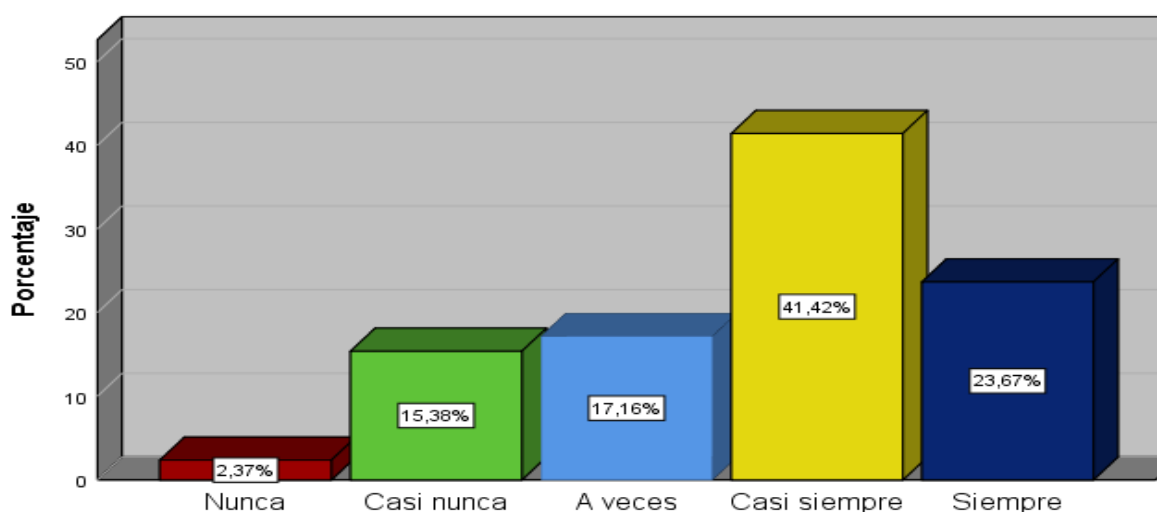


Figura 21. Pregunta 12: ¿Los auxiliares de reparto identifican peligros y riesgos de rutas críticas con el fin de evitar contratiempos?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 33

Pregunta 13: ¿Los transportistas tienen conocimiento de rutas alternas a las rutas críticas riesgosas por accidentes, congestionadas, etc.?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 8 | 4,7 | 4,7 | 4,7 |
| | Casi nunca | 14 | 8,3 | 8,3 | 13,0 |
| | A veces | 28 | 16,6 | 16,6 | 29,6 |
| | Casi siempre | 65 | 38,5 | 38,5 | 68,0 |
| | Siempre | 54 | 32,0 | 32,0 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

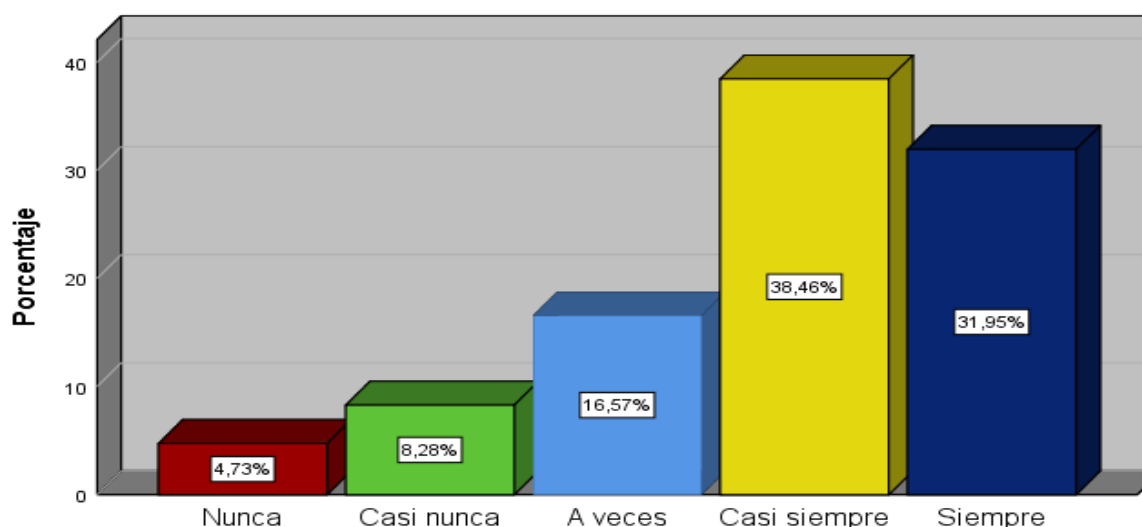


Figura 22. Pregunta 13: ¿Los transportistas tienen conocimiento de rutas alternas a las rutas críticas riesgosas por accidentes, congestionadas, etc.?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 34

Pregunta 14: ¿Los vendedores utilizan recursos híbridos como los computadores Handheld para agilizar los pedidos?

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido Nunca | 7 | 4,1 | 4,1 | 4,1 |
| Casi nunca | 30 | 17,8 | 17,8 | 21,9 |
| A veces | 23 | 13,6 | 13,6 | 35,5 |
| Casi siempre | 60 | 35,5 | 35,5 | 71,0 |
| Siempre | 49 | 29,0 | 29,0 | 100,0 |
| Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

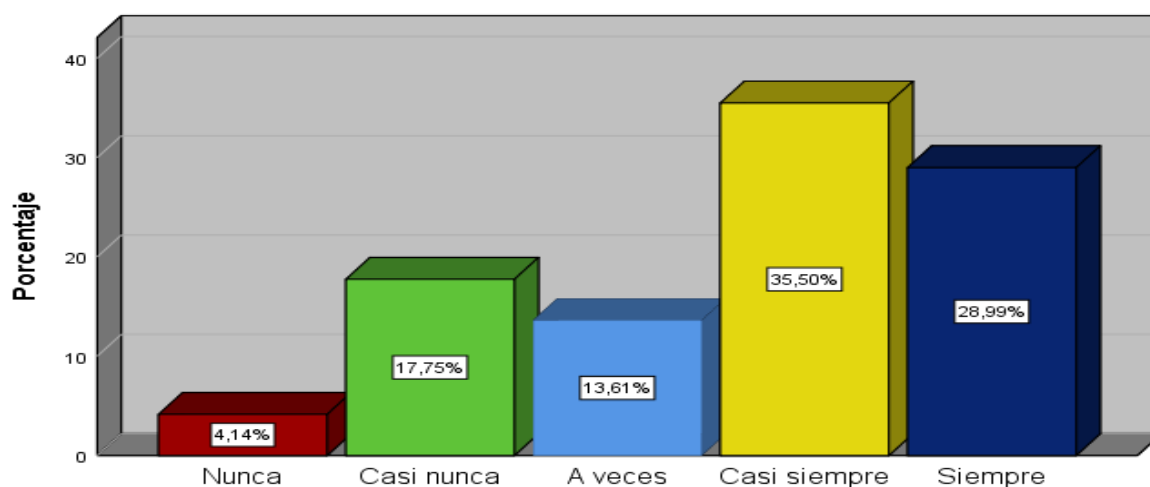


Figura 23. Pregunta 14: ¿Los vendedores utilizan recursos híbridos como los computadores Handheld para agilizar los pedidos?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 35

Pregunta 15: ¿La empresa trabaja con KPI constantemente para medir el tiempo de realización de una tarea, la eficiencia de un proceso y el consumo de recursos?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 8 | 4,7 | 4,7 | 4,7 |
| | Casi nunca | 26 | 15,4 | 15,4 | 20,1 |
| | A veces | 29 | 17,2 | 17,2 | 37,3 |
| | Casi siempre | 65 | 38,5 | 38,5 | 75,7 |
| | Siempre | 41 | 24,3 | 24,3 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

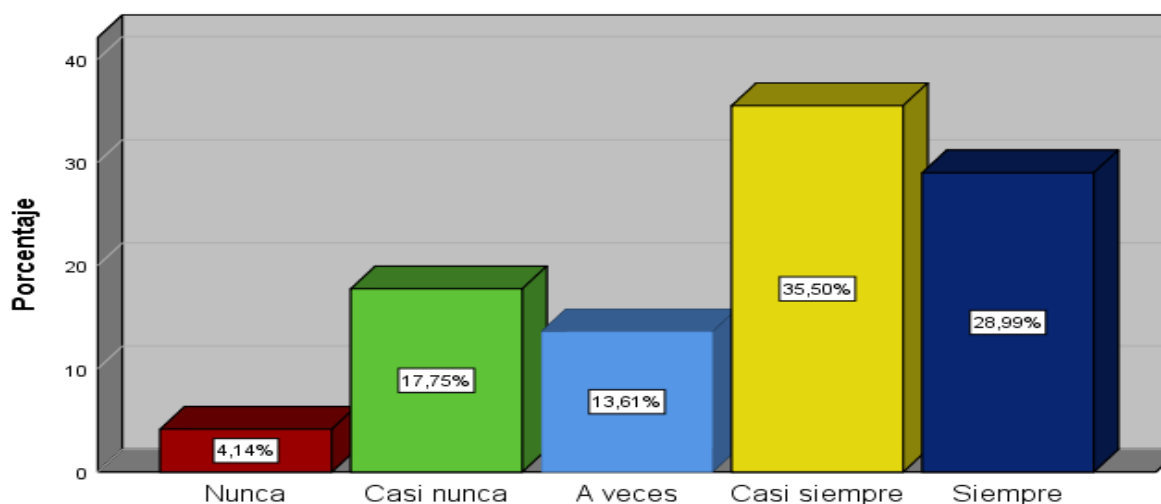


Figura 24. Pregunta 15: ¿La empresa trabaja con KPI constantemente para medir el tiempo de realización de una tarea, la eficiencia de un proceso y el consumo de recursos?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 36

Pregunta 16: ¿Los monitores de ruta cumplen las normas dadas por la empresa de enfocarse en las unidades de transporte más retrasados en ruta?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 4 | 2,4 | 2,4 | 2,4 |
| | Casi nunca | 15 | 8,9 | 8,9 | 11,2 |
| | A veces | 26 | 15,4 | 15,4 | 26,6 |
| | Casi siempre | 53 | 31,4 | 31,4 | 58,0 |
| | Siempre | 71 | 42,0 | 42,0 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

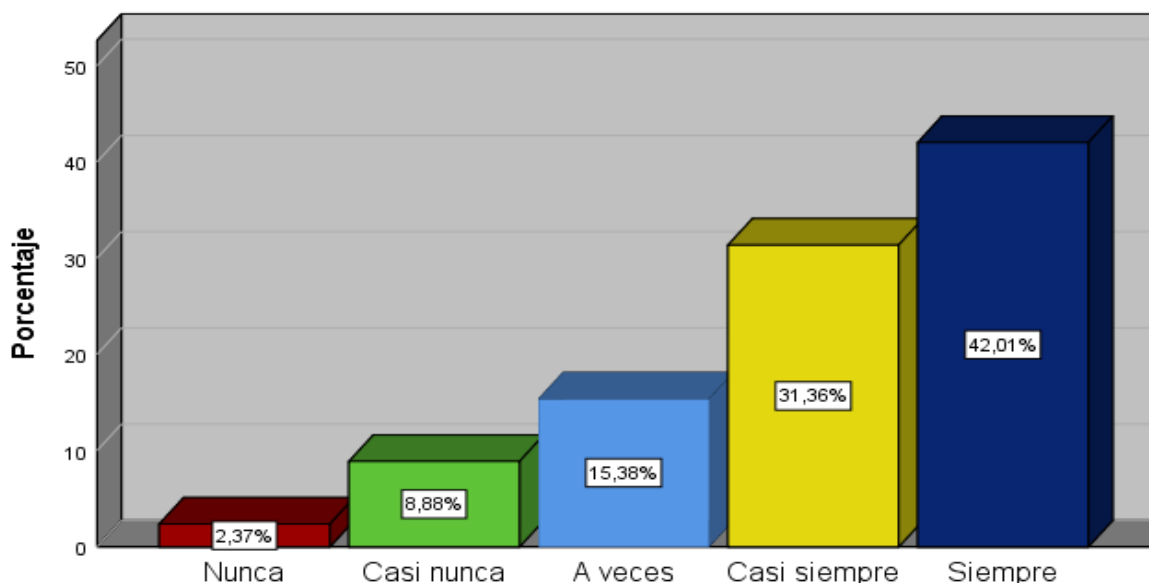


Figura 25. Pregunta 16: ¿Los monitores de ruta cumplen las normas dadas por la empresa de enfocarse en las unidades de transporte más retrasados en ruta?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 37

Pregunta 17: ¿El transportista cumple las normas de la empresa respecto a delegar funciones a los auxiliares de reparto?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 7 | 4,1 | 4,1 | 4,1 |
| | Casi nunca | 35 | 20,7 | 20,7 | 24,9 |
| | A veces | 17 | 10,1 | 10,1 | 34,9 |
| | Casi siempre | 69 | 40,8 | 40,8 | 75,7 |
| | Siempre | 41 | 24,3 | 24,3 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

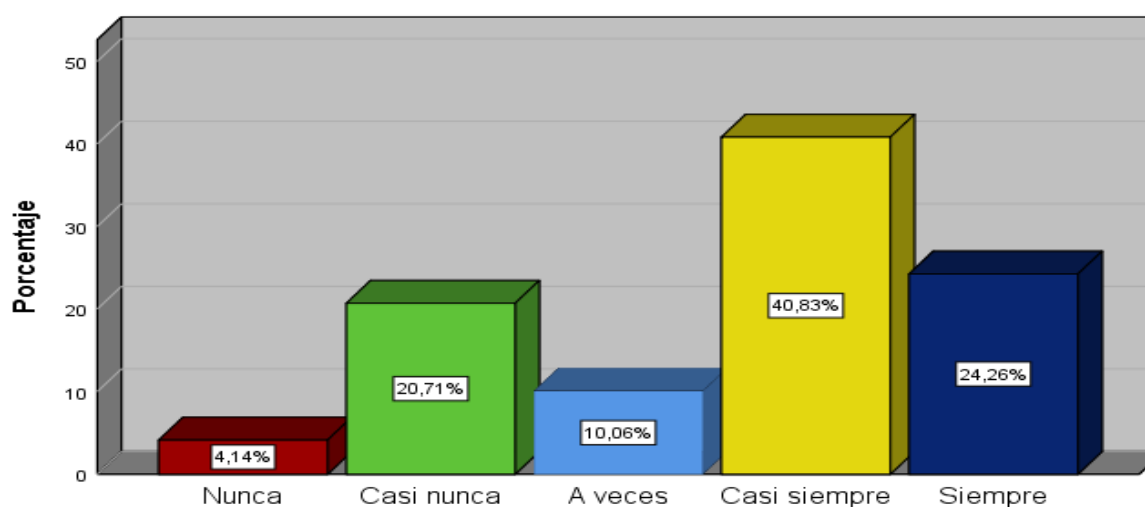


Figura 26. Pregunta 17: ¿El transportista cumple las normas de la empresa respecto a delegar funciones a los auxiliares de reparto?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 38

Pregunta 18: ¿Los transportistas cumplen el proceso y cronograma de actividades al momento de entregar el producto al cliente?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 17 | 10,1 | 10,1 | 10,1 |
| | Casi nunca | 22 | 13,0 | 13,0 | 23,1 |
| | A veces | 31 | 18,3 | 18,3 | 41,4 |
| | Casi siempre | 54 | 32,0 | 32,0 | 73,4 |
| | Siempre | 45 | 26,6 | 26,6 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

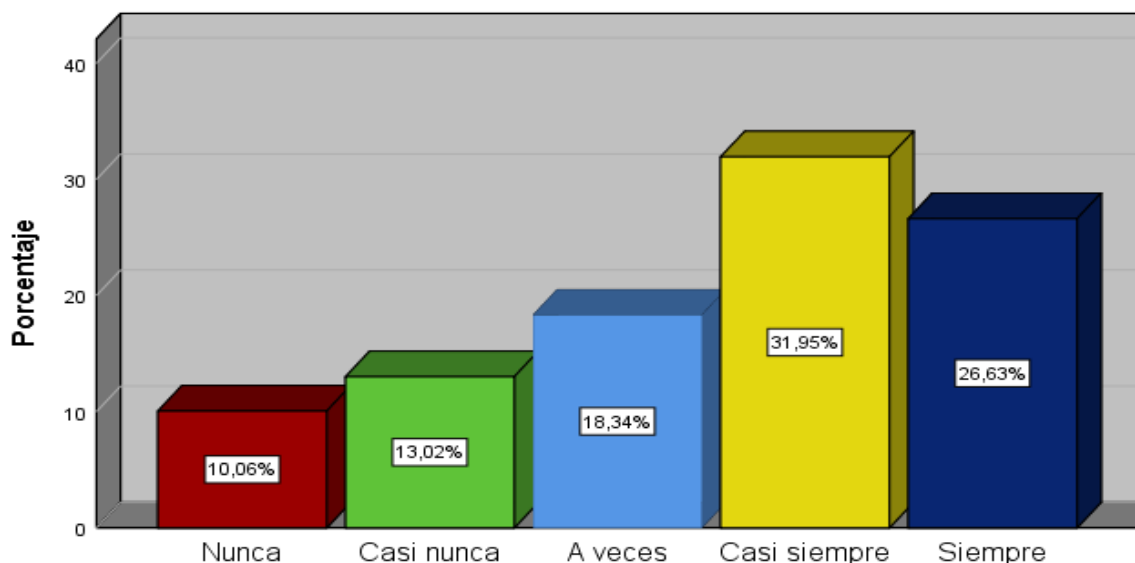


Figura 27. Pregunta 18: ¿El transportista cumple las normas de la empresa respecto a delegar funciones a los auxiliares de reparto?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 39

Pregunta 19: ¿Se realizan de manera continua reportes de indicadores en donde se evalúa el desempeño realizado por los colaboradores?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 6 | 3,6 | 3,6 | 3,6 |
| | Casi nunca | 13 | 7,7 | 7,7 | 11,2 |
| | A veces | 33 | 19,5 | 19,5 | 30,8 |
| | Casi siempre | 60 | 35,5 | 35,5 | 66,3 |
| | Siempre | 57 | 33,7 | 33,7 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

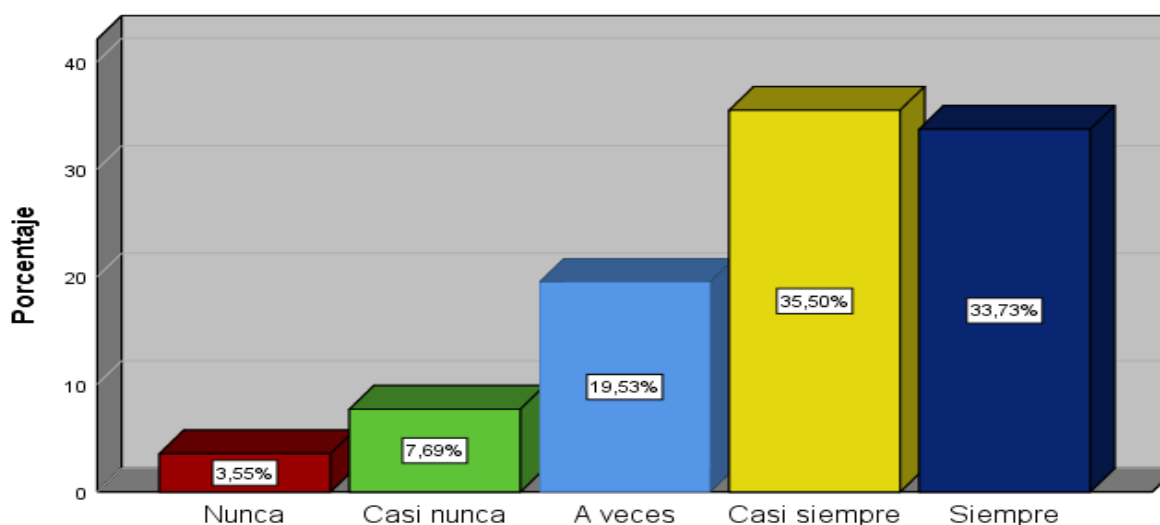


Figura 28. Pregunta 19: ¿Se realizan de manera continua reportes de indicadores en donde se evalúa el desempeño realizado por los colaboradores?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

Tabla 40

Pregunta 20: ¿La empresa cuenta con un plan de contingencia flexible ante cualquier eventualidad?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------|--------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válido | Nunca | 9 | 5,3 | 5,3 | 5,3 |
| | Casi nunca | 21 | 12,4 | 12,4 | 17,8 |
| | A veces | 23 | 13,6 | 13,6 | 31,4 |
| | Casi siempre | 44 | 26,0 | 26,0 | 57,4 |
| | Siempre | 72 | 42,6 | 42,6 | 100,0 |
| | Total | 169 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

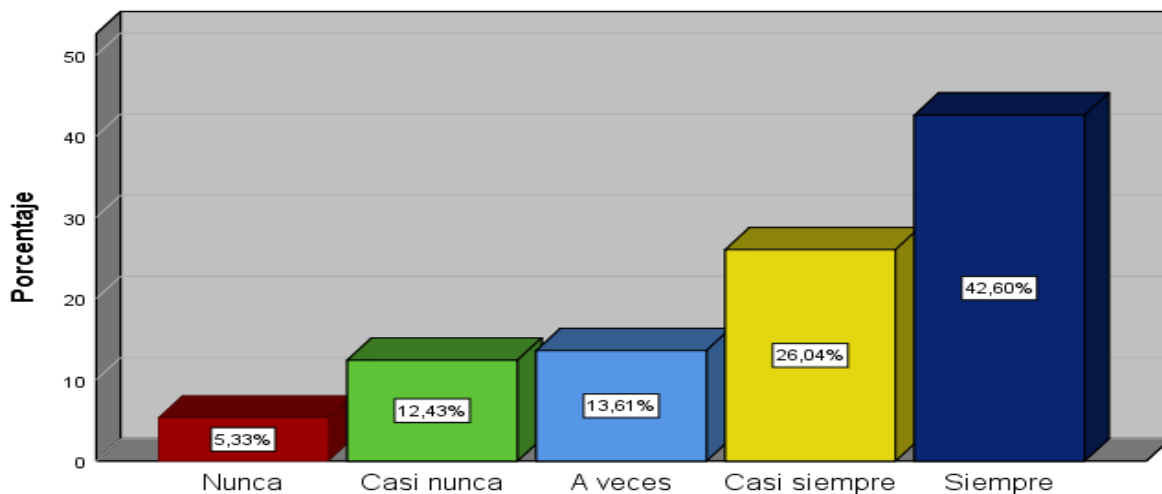


Figura 29. Pregunta 20: ¿La empresa cuenta con un plan de contingencia flexible ante cualquier eventualidad?

Fuente: Elaboración propia según los resultados de la encuesta – programa SPSS V.26

Interpretación: Con respecto a la pregunta 1 de la tabla 21 y la figura 10; se observó que 102 trabajadores (60.4%) respondieron Siempre, mientras que 36 de los encuestados (21.3%) contestaron Casi siempre, siendo 19 trabajadores (11.2%) que respondieron A veces, donde 7 de ellos (4.1%) opinaron que Casi nunca y 5 encuestados (3.0%) marcaron Nunca.

ANEXO 9: Porcentaje de Turnitin

Gestión de la distribución y administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021

por MARTINEZ CUSI JOHAN EDWIN ALI

Fecha de entrega: 05-dic-2021 09:41 a.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1720988622

Nombre del archivo:

43753_JOHAN_EDWIN_ALI_MARTINEZ_CUSI_Gestion_de_la_distribucion_y_administracion_del_tiempo_de_una_empr_302505472.docx
(1.98M)

Total de palabras: 8679

Total de caracteres: 46762

Gestión de la distribución y administración del tiempo de una empresa de consumo masivo, Ventanilla, 2021

INFORME DE ORIGINALIDAD

| | | | |
|---------------------|---------------------|---------------|-------------------------|
| 25% | 25% | 1% | 10% |
| INDICE DE SIMILITUD | FUENTES DE INTERNET | PUBLICACIONES | TRABAJOS DEL ESTUDIANTE |

FUENTES PRIMARIAS

| | | |
|-----------|---|---------------|
| 1 | repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet | 19% |
| 2 | Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante | 3% |
| 3 | Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante | 2% |
| 4 | www.clubensayos.com Fuente de Internet | <1% |
| 5 | www.produccioncientificaluz.org Fuente de Internet | <1% |
| 6 | moam.info Fuente de Internet | <1% |
| 7 | intra.uigv.edu.pe Fuente de Internet | <1% |
| 8 | repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet | <1% |
| 9 | brave-legion.ru Fuente de Internet | <1% |
| 10 | repositorio.usmp.edu.pe Fuente de Internet | <1% |
| 11 | 1library.co Fuente de Internet | <1% |

| | | |
|----|--|------|
| 12 | repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet | <1 % |
| 13 | theibfr.com Fuente de Internet | <1 % |
| 14 | hdl.handle.net Fuente de Internet | <1 % |
| 15 | repositorio.autonoma.edu.pe Fuente de Internet | <1 % |
| 16 | www.paot.org.mx Fuente de Internet | <1 % |

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado