



UNIVERSIDAD ANDINA
NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES



FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN
EN EL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS
LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI,
PROVINCIA DE MELGAR-PUNO

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

JULIACA – PERÚ

2024



UNIVERSIDAD ANDINA

NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN
EN EL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS
LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI,
PROVINCIA DE MELGAR-PUNO**

TESIS PRESENTADA POR:

Bach. KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

APROBADA POR EL JURADO REVISOR:

PRESIDENTE	:	 _____ Dr. LEOPOLDO WENCESLAO CONDORI CARI
PRIMER MIEMBRO	:	 _____ Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR
SEGUNDO MIEMBRO	:	 _____ Dr. ENRIQUE GENARO APAZA CHIRINOS
ASESOR DE TESIS	:	 _____ Dr. SANTOTOMAS LICIMACO AGUILAR PINTO
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	:	ACTIVIDAD ECONOMICA (5304- UNESCO)



RESOLUCIÓN N.º 0893-2024-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 01 de agosto de 2024

Vistos: El expediente N° 2024-CU-9745 para optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**, por la modalidad de Sustentación de Tesis, el Dictamen de aprobación, emitido por el Jurado Evaluador del borrador de tesis y el jefe de la Oficina de Investigación, tesis intitulado: **FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI, PROVINCIA DE MELGAR-PUNO**; presentado por el(la) Bachiller: **KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO**.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario y al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la fijación de fecha y hora para la sustentación de tesis de manera presencial.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- Ratificar a los **JURADOS** para la Sustentación de Tesis para optar el Título Profesional de: **Licenciado(a) en Administración y Negocios Internacionales**, del(la) bachiller: **KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO**; habiéndose designado por sorteo a los siguientes docentes:

- * PRESIDENTE : Dr. LEOPOLDO W. CONDORI CARI
- * 1er. MIEMBRO : Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR
- * 2do. MIEMBRO : Dr. ENRIQUE G. APAZA CHIRINOS
- * ASESOR DE TESIS : Dr. Sc. S. LICÍMACO AGUILAR PINTO

SEGUNDO.- Fijar fecha de la Sustentación de Tesis para el día **miércoles 07 de agosto de 2024**, a horas **03:00 p.m. (presencial)** en el **Salón de Grados y Títulos** de la Facultad de Ciencias Administrativas Ciudad Universitaria - Juliaca.

TERCERO.- Realizado la sustentación, el jurado levantará el acta en el libro respectivo, donde indicará el resultado obtenido por el Bachiller sustentante.

La Dirección de la Escuela Profesional de **Administración y Negocios Internacionales**, la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, y los jurados, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Benigno Callata Quipe
Dr. Benigno Callata Quipe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:

- Unid. Inv. (1)
- Jurados (3)
- Interesado (1)
- Asesor de Tesis (1)
- Archivo FCA (1)



RESOLUCIÓN N.º 0130-2024-D-FCA/UANCV-J

Julaca, 01 de abril de 2024

VISTOS: El proveído de fecha 29 de marzo de 2023, del Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, en atención al expediente N° 2023-CU-19028, presentado por el(la) bachiller: **KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO**, en el cual solicita cambio del primer miembro del jurado de revisión del proyecto de tesis, intitulado: **FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI PROVINCIA DE MELGAR-PUNO**.

CONSIDERANDO:

Que, el(la) recurrente **KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO**, ha solicitado cambio del **PRESIDENTE** Dr. **HUGO BARRANTES SÁNCHEZ** del proyecto de investigación, intitulado: **FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI PROVINCIA DE MELGAR-PUNO**, aprobado con la **RESOLUCION N° 1148-2022-D-FCA/UANCV-J** de fecha **05 de setiembre de 2022**, **CON EL CAMBIO SOLO DE presidente** Dr. **Hugo Barrantes Sánchez** el mismo que está en la **Resolución N° 1335-2023-D-FCA/UANCV-J**.

Que, mediante Resolución N° 0223-2023-UANCV-CU-R de fecha 26 de abril de 2023, se resuelve cesar por límite de edad, con eficacia a partir del día 24 de abril de 2023, al docente ordinario con la categoría de profesor principal de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales/Facultad de Ciencias Administrativas de la UANCV de Julaca al Dr. Fidel Hugo Barrantes Sánchez.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario, al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la revisión del borrador de tesis.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y estando al informe de la Dirección de la Unidad de Investigación la Facultad de Ciencias Administrativas,

SE RESUELVE:

PRIMERO.- ACEPTAR EL CAMBIO DEL PRIMER MIEMBRO del proyecto de investigación, presentado por el(la) bachiller: **KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO**, del proyecto de investigación, **manteniéndose a los otros miembros sorteados en la RESOLUCION N° 1335-2023-D-FCA/UANCV-J** de fecha **05 de diciembre de 2023**, por los considerandos expuestos se le designa como:

- **PRESIDENTE** : Dr. **LEOPOLDO W. CONDORI CARI**
- **1er MIEMBRO** : Dr. **ROBBINS FLORES AGUILAR**
- **2do MIEMBRO** : Mg. **ENRIQUE G. APAZA CHIRINOS**
- **ASESOR DE TESIS:** Dr.Sc. S. **LICÍMACO AGUILAR PINTO**

SEGUNDO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, Dirección de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y los Jurado, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.

DISTRIBUCIÓN:
- Unid. Investigación FCA.
- Jurados (03)
- Asesor (1)
- Interesado (01)
- Archivo FCA



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"

Benigno Callata Quispe

Dr. Benigno Callata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



RESOLUCIÓN N.º 1335-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 05 de diciembre de 2023

VISTOS: El Expediente N° **CU-16528**, presentado por el(la) egresado(a): **KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO**, derivado por la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, en el cual solicita emisión de Resolución de revisión del Borrador de Tesis, habiéndose emitido la resolución de aprobación y autorización para la ejecución del proyecto de investigación, intitulado: **FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI PROVINCIA DE MELGAR-PUNO**.

CONSIDERANDO:

Que el(la) egresado(a) ha solicitado la revisión del Borrador de Tesis: **FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI PROVINCIA DE MELGAR-PUNO** con el propósito de optar el Título Profesional de Licenciado(a) en **Administración y Negocios Internacionales**.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario, al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la revisión del borrador de tesis.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas y, estando al informe de la Comisión de Grados y Títulos de la Facultad.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- Disponer la Revisión del Borrador de Tesis, presentado por: KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO, por el jurado que por sorteo está conformado por los siguientes docentes ordinarios:

- PRESIDENTE : Dr. LEOPOLDO CONDORI CARI
- 1er. MIEMBRO : Dr. APOLINAR FLOREZ LUCANA
- 2do. MIEMBRO : Dr. ENRIQUE G. APAZA CHIRINOS
- ASESOR DE TESIS : Dr. Sc. S. LICIMACO AGUILAR PINTO

SEGUNDO.- El Jurado dentro del plazo de quince (15) días calendarios elevará su dictamen correspondiente a la Dirección de la Unidad de Investigación, indicando las observaciones efectuadas si hubiere. caso contrario se dará por aprobado de conformidad a la Ley N° 27444 y modificatoria Ley N° 29060 y se procederá a fijar la fecha y hora para la sustentación.

TERCERO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, la Dirección de Escuela Profesional de **Administración y Negocios Internacionales**, Dirección de la Unidad de Investigación y el Jurado, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.



UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Dr. Benigno Collata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

DISTRIBUCIÓN:

- Unid. Investigación FCA
- Jurados (3)
- Asesor (1)
- Interesado (1)
- Archivo (1)



RESOLUCIÓN N° 387-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 29 de mayo de 2023

VISTOS: El proveído de fecha 29 de mayo del año en curso, del Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, en atención al expediente N° 2023-CU-04474, presentado por el(la) bachiller: **KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO**, en el cual solicita cambio del presidente y primer miembro del jurado de revisión del proyecto de tesis, intitulado: **FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI PROVINCIA DE MELGAR-PUNO**.

CONSIDERANDO:

Que, el(la) recurrente **KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO**, ha solicitado cambio del presidente y primer miembro del Jurado Dr. Fidel Hugo Barrantes Sánchez y Dr. Robbins Flores Aguilar, respectivamente.

Que, mediante Resolución N° 0223-2023-UANCV-CU-R de fecha 26 de abril de 2023, se resuelve cesar por límite de edad, con eficacia a partir del día 24 de abril de 2023, al docente ordinario con la categoría de profesor principal de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales/Facultad de Ciencias Administrativas de la UANCV de Juliaca al Dr. Fidel Hugo Barrantes Sánchez.

Que, el docente Dr. Robbins Flores Aguilar, ha solicitado cambio de régimen, de tiempo completo a tiempo parcial.

Que, en sesión ordinaria de Consejo de Facultad de Ciencias Administrativas de fecha 15 de marzo, aprueba la solicitud de cambio de régimen de tiempo completo a tiempo parcial.

Que es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, al Estatuto Universitario, al Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas, para la revisión del borrador de tesis.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y estando al informe de la Dirección de la Unidad de Investigación la Facultad de Ciencias Administrativas.

SE RESUELVE:

PRIMERO.- ACEPTAR EL CAMBIO DEL PRESIDENTE Y PRIMER MIEMBRO DEL JURADO, por los considerandos expuestos.

SEGUNDO.- DESIGNAR al docente permanente **Dr. LEOPOLDO W. CONDORI CARI**, como **Presidente del Jurado**, y al **Dr. APOLINAR FLOREZ LUCANA**, como **Primer Miembro del Jurado** para que revise y dictamine el Proyecto de Tesis, intitulado: **FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI PROVINCIA DE MELGAR-PUNO**; estando conformado el Jurado a partir de la fecha por los siguientes docentes ordinarios:

- * PRESIDENTE : Dr. LEOPOLDO W. CONDORI CARI
- * 1er MIEMBRO : Dr. APOLINAR FLOREZ LUCANA
- * 2do MIEMBRO : Mg. ENRIQUE G. APAZA CHIRINOS
- * ASESOR DE TESIS: Dr.Sc. S. LICIMACO AGUILAR PINTO

TERCERO.- Dejar sin efecto la resolución n.º 1148-2022-D-FCA/UANCV-J de fecha 05 de setiembre de 2022, en lo referente a la nominación del presidente y primer miembro del jurado.

CUARTO.- La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, Dirección de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y los Jurado, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.

DISTRIBUCIÓN:

- Jurado: (3)
- Asesor: (1)
- Interesado: (1)
- Unid. Inv.: (1)
- Archivo FCA 2023(1)

UNIVERSIDAD ANDINA
"NÉSTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"



Dr. Benigno Guillota Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



RESOLUCIÓN N.º 0154-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 14 de abril de 2023

VISTOS: El oficio N° 09-2023-UI-FCA-UANCV-J del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, y copia del acta de Registro de Proyectos de Investigación de fecha 21 de marzo de 2023, presentado por: **KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.

CONSIDERANDO:

Que, el(la) Bachiller(a): **KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO**, ha presentado el Proyecto de Investigación Titulado: **FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI PROVINCIA DE MELGAR-PUNO**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales.

Que, al haberse cumplido con los requisitos exigidos por la Directiva N° 004-2019-UANCV-VRAD-OI – Lineamientos para Asegurar la Calidad de Trabajos de Investigación con Fines de Obtener Grados Académicos y Títulos Profesionales.

Que, la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas en coordinación con el Comité de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, ha visto por conveniente **aprobar sin observaciones**, el Proyecto de Investigación presentado por el (la) Bachiller(a): **KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO** Titulado: **FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI PROVINCIA DE MELGAR-PUNO**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, correspondiente a la línea de investigación: **ACTIVIDAD ECONÓMICA (5304-UNESCO)**.

Estando en la opinión favorable del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, de acuerdo a la Directiva N° 004-2019-UANCV-VRAD-OI, y en uso de las atribuciones que le concede la Ley Universitaria N° 30220, ley de Creación de la UANCV N° 23738, y modificatoria N° 24661, y el Estatuto Universitario promulgado por Resolución N° 0018-2020-UANCV-AU-R, al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas;

SE RESUELVE:

PRIMERO: APROBAR Y AUTORIZAR LA EJECUCIÓN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN, presentado por el(la) Bachiller(a): **KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO**, Titulado: **FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI PROVINCIA DE MELGAR-PUNO**, para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración y Negocios Internacionales, conteniendo los siguientes datos:



RESOLUCIÓN N.º 0154-2023-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 14 de abril de 2023

OBJETIVO GENERAL:	
Determinar los factores de comercialización que influyen en el nivel de producción de productos lácteos en el distrito de Llalli, provincia de Melgar - Puno.	
OBJETIVO ESPECÍFICO:	
1 Identificar la situación de los canales de comercialización de productos lácteos en el distrito de Llalli, provincia de Melgar - Puno.	
2 Identificar el nivel de estrategias del mercado de los productos lácteos en el distrito de Llalli, provincia de Melgar - Puno.	
SEDE DE EJECUCIÓN:	Puno
CRONOGRAMA:	FECHA INICIO: agosto - 2022 FECHA FIN: abril 2023
PRESUPUESTO:	S/1320.00
LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	ACTIVIDAD ECONÓMICA (5304-UNESCO)

SEGUNDO: El Proyecto de Investigación deberá ejecutarse de acuerdo a lo establecido en el Reglamento de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, con fines de obtención de Grados Académicos y Títulos Profesionales, y el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas.

TERCERO: RECONOCER como **ASESOR** del Proyecto de Investigación al docente Ordinario de la Facultad de Ciencias Administrativas: **Dr.Sc. S. LICÍMACO AGUILAR PINTO**.

CUARTO: DISPONER que, el Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, el Director de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.

DISTRIBUCIÓN:

- Unidad de investigación (1)
- Dirección EP.
- Asesor
- Interesado (1)
- Archivo FCA (1)
- BCQ/vnap.

UNIVERSIDAD ANDINA
NESTOR CERÓN PALACIOS
VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
Dr. Benigno Callata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

RESOLUCIÓN N° 1148-2022-D-FCA/UANCV-J

Juliaca, 05 de setiembre del 2022

VISTOS: El Oficio N° 031-2022-UI-FCA-UANCV-J, del Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, en el cual remite el expediente N° CU-28320, presentado por: **KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO**, en el cual solicita nominación del jurado revisor y dictaminador del Proyecto de Tesis Intitulado: **FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI PROVINCIA DE MELGAR-PUNO**.

CONSIDERANDO:

Que, la Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas, ha informado a este Decanato, solicitando la conformación del jurado revisor y dictaminador del Proyecto de Tesis Intitulado: **FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI PROVINCIA DE MELGAR-PUNO**, con el propósito de optar el Título Profesional de Licenciado(a) en Administración y Negocios Internacionales.

Que, es necesario dar cumplimiento a la Ley 30220, el Estatuto Universitario y el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad y de la Facultad de Ciencias Administrativas para la nominación de Jurados.

En uso de las atribuciones conferidas al Decano de la Facultad de Ciencias Administrativas, y estando al informe de la Presidencia de la Comisión de Grados y Títulos la Facultad de Ciencias Administrativas,

SE RESUELVE:

PRIMERO: Nominar el jurado para que evalúe y dictamine el Proyecto de Tesis presentado por: **KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO**; Jurado que por sorteo está conformado por los siguientes docentes:

- * PRESIDENTE : Dr. F. HUGO BARRANTES SÁNCHEZ
- * 1º MIEMBRO : Dr. ROBBINS FLORES AGUILAR
- * 2º MIEMBRO : Mg. ENRIQUE G. APAZA CHIRINOS
- * ASESOR DE TESIS : Dr.Sc. S. LICÍMACO AGUILAR PINTO

SEGUNDO: El Jurado dentro del plazo de quince (15) días calendarios elevará el dictamen correspondiente, indicando las observaciones efectuadas al mencionado Proyecto, si hubiere, caso contrario se dará por aprobado de conformidad a la Ley N° 27444 y modificatoria Ley N° 29060.

TERCERO: La Comisión de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Administrativas, la Dirección de la Escuela Profesional de Administración y Negocios Internacionales, Dirección de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Administrativas y los Jurado, quedan encargados de dar cumplimiento a la presente Resolución.

Regístrese, Comuníquese y Cúmplase.

DISTRIBUCIÓN:
- Unidad Investigadora FCA
- Archivos (02)
- Asesor (1)
- Interesado (01)
- Archivo FCA 2022/01



UNIVERSIDAD ANDINA
"NESTOR CÁCERES VELÁSQUEZ"
Benigno Collata Quispe
Dr. Benigno Collata Quispe
DECANO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



FACTORES DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE PRODUCCIÓN DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI, PROVINCIA DE MELGAR-PUNO

INFORME DE ORIGINALIDAD

28%

INDICE DE SIMILITUD

27%

FUENTES DE INTERNET

8%

PUBLICACIONES

12%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Andina Nestor Caceres Velasquez Trabajo del estudiante	6%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
3	repositorio.unap.edu.pe Fuente de Internet	2%
4	repositorio.uancv.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	1library.co Fuente de Internet	1%
6	www.slideshare.net Fuente de Internet	1%
7	repositorio.usfq.edu.ec Fuente de Internet	1%
8	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	1%



Metadatos complementarios - UANCV

TITULO TESIS	
FACTORES DE DE COMERCIALIZACIÓN QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE PRODUCCION DE PRODUCTOS LÁCTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI PROVINCIA DE MELGAR-PUNO	
Datos de autor	
Nombres y apellidos	KEPLER ADERLY GAMARRA ARAUJO
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	72368952
URL de ORCID	https://orcid.org/0009-0005-0324-6369
Datos de asesor	
Nombres y apellidos	SANTOTOMAS LICIMACO AGUILAR PINTO
Tipo de documento de identidad	DNI
Número de documento de identidad	02291995
URL de ORCID	https://orcid.org/0000-0002-1796-9278
Datos del jurado	
Presidente del jurado	
Nombres y apellidos	LEOPOLDO WENSESLAO CONDORI CARI
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02389341
Miembro del jurado 1	
Nombres y apellidos	ROBBINS FLORES AGUILAR
Tipo de documento	DNI
Número de documento de identidad	02426851
Miembro del jurado 2	
Nombres y apellidos	ENRIQUE GENARO APAZA CHIRINOS
Tipo de documento	DNI



Número de documento de identidad	02413103
Datos de investigación	
Línea de investigación	ACTIVIDAD ECONÓMICA (5304-UNESCO)
Grupo de investigación	NO APLICA
Agencia de financiamiento	SIN FINANCIAMIENTO
Ubicación geográfica de la investigación	PRODUCTORES DE LECHE DEL DISTRITO DE LLALLI PAÍS: PERÚ DEPARTAMENTO: PUNO PROVINCIA: MELGAR DISTRITO: LLALLI
Año o rango de años en que se realizó la investigación	2022 – 2024
URL de disciplinas OCDE https://purl.org/pe-repo/ocde/ford https://purl.org/pe-repo/ocde/ford (concytec-pe.github.io) - Librería	Negocios Administración https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.02.00 Administración Publica https://purl.org/pe-repo/ocde/ford#5.06.00



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ALTIPLANO
NESTOR CÁCERES VEGASQUEZ
DIRECCIÓN UNIDAD DE INVESTIGACIÓN
Dr. Sr. S. Luciano Aguilar Pinto
DIRECTOR
UNIV. INVESTIGACION CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD Y RESPONSABILIDAD

Yo Kepler Garmara Anauja..... identificado con DNI Nro. 72368952
en mi condición de egresado de:

- Escuela Profesional
- Programa de Segunda Especialidad,
- Programa de Maestría o Doctorado

Administración y Negocios Internacionales
informo que he elaborado el/la Tesis o Trabajo de Investigación, Trabajo Académico
denominada:

Factores de Comercialización que influyen en el Nivel de Producción de Productos Lácteos en el Distrito de Sallé Provincia de Melgar - Puno

Asesorado por: DR. Santotomas Guimaco Aguilar Pinto

Es un tema original.

Declaro que el presente trabajo de tesis es elaborado por mi persona y **no existe plagio/copia** de ninguna naturaleza, en especial de otro documento de investigación (tesis, revista, texto, congreso, o similar) presentado por persona natural o jurídica alguna ante instituciones académicas, profesionales, de investigación o similares, en el país o en el extranjero.

Dejo constancia que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo de investigación, por lo que no asumiré como tuyas las opiniones vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos, digitales o Internet.

Asimismo, ratifico que soy plenamente consciente de todo el contenido de la tesis y asumo la responsabilidad de cualquier error u omisión en el documento, así como de las connotaciones éticas y legales involucradas.

El incumplimiento de lo declarado da lugar a responsabilidad del declarante, en consecuencia; a través del presente documento asumo frente a terceros, la Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y/o la Administración Pública toda responsabilidad que pueda derivarse por el trabajo final presentado. Lo señalado incluye responsabilidad pecuniaria incluido el pago de multas u otros por los daños y perjuicios que se ocasionen.

Juliaca 02 de Septiembre del 2024


FIRMA ASESOR


FIRMA TESISISTA



Huella



DEDICATORIA

A Dios

Por ser mi guía, porque nunca me abandona y por permitirme ser una persona buena y ser cada día mejor ser humano.

A mi Familia

A mi mamá Benancia, que en paz descansa, por brindarme su confianza, amor y los recursos suficientes para culminar mi carrera profesional, a mi Papá Nicasio y a mis hermanas por animarme y acompañarme para lograr mis objetivos.



AGRADECIMIENTO

A Dios por bendecirme con salud y sabiduría para concluir mi carrera profesional y hacer de este sueño una realidad.

A mi familia por haber estado conmigo en todo momento para hacer realidad mi formación profesional.

A la universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez y a los docentes de la escuela profesional de Administración y Negocios Internacionales, quienes con paciencia y dedicación impartieron sus conocimientos para formar profesionales capaces de lograr el éxito.



INDICE

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
INDICE.....	v
INDICE DE TABLAS	vii
INDICE DE FIGURAS	viii
RESÚMEN	ix
INTRODUCCIÓN.....	xi

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	13
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	15
Problema general.....	15
Problemas específicos	15
1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	15

CAPITULO II

OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL	17
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	17

CAPITULO III

MARCO TEORICO REFERENCIAL

3.1 ANTECEDENTES	6
A nivel internacional	18
A nivel nacional.....	19
A nivel local	20
3.2 MARCO TEÓRICO.....	21

CAPITULO IV

HIPOTESIS

4.1. HIPÓTESIS GENERAL	31
4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS	31
4.3. VARIABLES.....	31
4.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	33



CAPITULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACION

5.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN..... 34
5.2 MÉTODO APLICADO A LA INVESTIGACIÓN 34
5.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN..... 35
5.4 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN 36
5.5 POBLACIÓN Y MUESTRA 36
5.6 CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE INSTRUMENTO 38
5.7 PROCEDIMIENTO DE TRATAMIENTO DE DATOS 38
5.8 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS 38

CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS..... 40
CONCLUSIONES 50
RECOMENDACIONES..... 52
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 54
ANEXOS



INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de Variables	33
Tabla 2 Censo poblacional del distrito de Llalli 2022.....	36
Tabla 3 Alfa cronbach.....	38
Tabla 4 Análisis de Comercialización y Niveles de producción	39
Tabla 5 Coeficiente para la ecuación	41
Tabla 6 Resumen del modelo.....	41
Tabla 7 Situación del mercado de productos lácteos	42
Tabla 8 Comercialización de leche a las plantas procesadoras.	42
Tabla 9 Tamaño del productor en el distrito de Llallí.	44
Tabla 10 Nivel de producción de leche en el distrito de Llallí.	45



INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Isocuantas de producción.	27
Figura 2 Frontera de posibilidades de producción.....	27
Figura 3 Demanda de productos lácteos	42
Figura 4 Venta de leche a las plantas procesadoras de queso.....	43
Figura 5 Tamaño productor	44
Figura 6 Nivel de producción de leche	46



RESÚMEN

Esta investigación tuvo como objetivo determinar los factores de comercialización que influyen en el nivel de producción de productos lácteos en el Distrito de Llalli, Provincia de Melgar – Puno, la metodología se basó en un enfoque cuantitativo, método deductivo, tipo aplicada, nivel explicativo –descriptivo, diseño no experimental – transversal, técnica encuesta, instrumento cuestionario, la fiabilidad del instrumento se contrastó con el Alfa de Cronbach, la población con la que se trabajó fueron los productores de leche del distrito de Llalli, el análisis de los datos se realizó en el estadístico SPSS con la aplicación de la regresión lineal y estadísticos descriptivos, se acepta la hipótesis alterna y en consecuencia se rechaza la hipótesis nula, los resultados demuestran que la comercialización influye sobre la producción con significancia menor a 0.05 (0.000) y el factor que influye en el nivel de producción es el tamaño productor, se demuestra también que existe un alto coeficiente de determinación entre la comercialización y el nivel de producción con un R cuadrado de $0.677 = 67.7\%$ por tanto, a un valor añadido a la comercialización incrementará en 68,342 veces el valor de niveles de producción, además la situación del mercado y canales de comercialización de productos lácteos es alta, la mayoría de los productores de leche son pequeños, en promedio cada productor de leche produce 56,19 litros al día y a pesar del tamaño productor logra un impacto positivo en la economía de la zona.

Palabras clave: Factores de comercialización, Nivel de producción, Productos lácteos.



ABSTRACT

The objective of this research is to determine the marketing factors that influence the level of production of dairy products in Llalli district, Melgar Puno province, the methodology was based on a quantitative approach, deductive method, applied type, level explanatory –descriptive, design non-experimental – cross-sectional, survey technique, questionnaire instrument, the reliability of the instrument was contrasted with Cronbach's Alpha, the population with which we worked were the milk producers of the Llalli district, the data analysis was carried out in SPSS statistics with the application of linear regression and descriptive statistics, the alternative hypothesis was accepted and consequently the null hypothesis was rejected, the results demonstrated that the independent variable influences the dependent variable with lower significance 0.05 (0.000) and the factor that influences the level of production is the producer size, it is also shown that there is a high coefficient of determination between commercialization and the level of production with an R square of $0.677 = 67.7\%$, therefore, a value added to commercialization will increase the value of production levels by 68,342 times, in addition, the situation of the market and marketing channels for dairy products is high, the majority of milk producers are small, on average each milk producer produces 56.19 liters per day and despite the size of the producer, it achieves a positive impact on the economy of this area.

Keywords: Marketing factors, Production level, Dairy products.



INTRODUCCIÓN

La comercialización es un proceso que realizan las empresas para crear estrategias de venta y promoción de productos y servicios para que llegue al consumidor de manera eficaz y eficiente convirtiéndose en una actividad netamente mercantil, atribuye al proceso de comercialización las siguientes dimensiones: Mercado, Canales de comercialización, Estrategias de marketing, Tamaño de productor, con una buena conceptualización y aplicación de las dimensiones de comercialización se lograría el éxito y crecimiento dinámico de las organizaciones.

Los niveles de producción son indicadores importantes en una determinada actividad económica para medir la producción que se realiza y ver si esta producción es óptima y eficiente, de acuerdo a los objetivos trazados de una empresa u organización es prudente medir los niveles de producción de diferentes formas, por ejemplo: Cantidad, variedad.

El trabajo de investigación se llevó a cabo en el Distrito de Llalli, Provincia de Melgar-Puno donde la producción de productos lácteos es crucial, este estudio se centra en la situación de la comercialización y el nivel de producción de lácteos en esta área. El objetivo es determinar los factores de comercialización que influyen en el nivel de producción, los resultados proporcionaron información clave para mejorar las estrategias del sector lácteo local aprovechando el nivel de capacidad productiva de los productores de leche y derivados.

La investigación tiene VI capítulos:

En el capítulo I se muestra el planteamiento y formulación del problema.

En el capítulo II se realiza la formulación de los objetivos.

En el capítulo III se desarrolla los antecedentes, el marco teórico y el marco conceptual.



En el capítulo IV se plantea la formulación de las hipótesis y la operacionalización de variables.

En el capítulo V se realiza el desarrollo del procedimiento metodológico de la investigación.

En el capítulo VI se presenta los resultados, las pruebas de Normalidad, la discusión de resultados, conclusiones y recomendaciones, referencias bibliográficas, anexos.



CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La comercialización es una actividad de venta y compra de bienes, productos o servicios realizados por particulares, pequeñas empresas y empresas transnacionales regidos por normas nacionales e internacionales con la finalidad de garantizar la calidad del bien, del producto y del servicio. Cabe señalar, que en la actualidad la comercialización tienen un papel fundamental en el desarrollo económico sostenible de las familias y de las sociedades, por lo que, es necesario identificar los factores de comercialización y su impacto en la rentabilidad o ganancia.

Por otro lado, el nivel de producción hace referencia a la capacidad que tiene el productor o productores para producir un producto para ser comercializado en el mercado interno y/o externo. A su vez, el nivel de producción está vinculado al tiempo, al talento humano y a la innovación tecnológica. Según Olhagaray (2007) "La comercialización es la piedra angular de todo negocio a nivel mundial, con ello los productores llegan a ser exitosos y logran aumentar la competitividad en los mercados".

A nivel mundial se proyecta un mayor crecimiento en la producción de leche y en la elaboración de productos lácteos, gracias a la optimización de los sistemas de



producción, la mejora genética de los animales, el cuidado de su salud, una alimentación de calidad y la formación y capacitación del talento humano.

Sin embargo, en América Latina, particularmente, en las pequeñas y medianas empresas se tiene un bajo nivel de capacitación tecnológica y empresarial, baja calificación del talento humano, dificultad para acceder al financiamiento, deficiente innovación tecnológica, diferenciación del producto y calidad, dificultades en la comercialización y escasa experiencia exportadora en diferentes sectores (CEPAL, 2001), afectando directamente a los niveles de producción y a la calidad de los productos lácteos.

En el Perú la industria láctea tiene como misión captar la materia prima, cumpliendo en lo posible con el cuidado de la calidad establecida, sobre todo, pagando un precio justo por el producto (Ruiz, 2002). La leche y sus derivados tienen un papel importante en el desarrollo y nutrición de las personas por su gran contenido en proteínas, calcio y compuestos grasos. Lo que en cierta manera ha mejorado su nivel de consumo en el mercado interno (M.P.P.,2016).

De acuerdo a Caballero (2017) la producción de leche aumento en un 50% en los últimos años, y a pesar de ello el Perú sigue siendo uno de los países con bajo consumo de la Región. En el Departamento de Puno la producción de leche y los derivados lácteos son muy importante, por ejemplo, se muestra que el 52% de la población consume queso, el 48% de la población consume leche fresca y derivados.

El Distrito de Llalli, Provincia de Melgar es uno de los principales productores de leche y derivados lácteos, sin embargo, la comercialización de los mismos se realiza de manera convencional a clientes locales y regionales, ya que los productores no cuentan con el apoyo necesario de la Municipalidad Distrital, Municipalidad Provincial ni del Gobierno Regional en cuanto al mejoramiento de su producción y comercialización;

tampoco cuentan con el apoyo financiero, ya que esto constituye un elemento indispensable para el marketing de los productos.

Por consiguiente, el ingreso de las pequeñas empresas que se dedican a la producción y comercialización de productos lácteos no es rentable para su desarrollo y mejora del proceso de producción y comercialización. Se percibe que hay una gran deficiencia en la recolección y transporte de la leche, poca preparación técnica y conocimiento para la elaboración de los productos lácteos, la falta de tecnología y el poco conocimiento del proceso de comercialización para saber posicionar su producto y mejorar sus niveles de producción.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Problema general

¿Cuáles son los factores de la comercialización que influyen en los niveles de producción de productos lácteos en el distrito de Llallí, provincia de Melgar - Puno?

Problemas específicos

- ¿Cómo es la situación del mercado y canales de comercialización de productos lácteos en el Distrito de Llalli, Provincia de Melgar - Puno?
- ¿Cuál es el tamaño del productor en la que se encuentra los productores de leche en el Distrito de Llalli, Provincia de Melgar - Puno?
- ¿Cómo es el nivel de producción de productos lácteos en el Distrito de Llalli, Provincia de Melgar – Puno?

1.3 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Actualmente en el Perú el rubro de la industria láctea ha presentado problemas de permanencia y posición en el mercado, esto debido a la cantidad de ofertantes, por este



motivo es necesario identificar los factores de comercialización que permitirá identificar el nivel de producción en distintas empresas. La investigación de Tesis pretende identificar, analizar y realizar un aporte sobre los componentes del mercadeo, la utilización eficaz de estos componentes se enfrentará a la competencia ganando la participación en el mercado logrando obtener mayores niveles de venta con resultados positivos, a partir de ello se beneficiarán a la población dedicada a la producción láctea del Distrito de Llallí de la Provincia de Melgar-Puno.



CAPITULO II

OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la influencia de los factores de comercialización en el nivel de producción de productos lácteos en el distrito de Llallí, Provincia de Melgar – Puno

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Encontrar la situación del mercado y canales de comercialización de productos lácteos en el distrito de Llallí, Provincia de Melgar - Puno.
- Encontrar el tamaño del productor en la que se encuentra los productores de leche en el distrito de Llallí, provincia de Melgar – Puno
- Encontrar el nivel de producción de productos lácteos en el distrito de Llallí, Provincia de Melgar – Puno.



CAPITULO III

MARCO TEORICO REFERENCIAL

3.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN

A nivel internacional

Molina (2018) en su tesis titulada “Diagnóstico de los factores críticos de éxito en la gestión productiva del sector minorista de lácteos del Cantón Bolívar 2017-2018”. Tuvo como objetivo diagnosticar los Factores Críticos de Éxito en la productividad. Siguió el método cuantitativo, descriptivo, analítico, exploratorios. Tuvo una muestra de 1066 productores divididos en tres Parroquias. Utilizó la técnica de la observación y la encuesta, y el instrumento fue una guía de observación y un cuestionario. Con los resultados obtenido se llegó a la conclusión de que los factores críticos de éxito son la calidad del producto, la gestión comercial, la innovación tecnológica, la condición del clima, la sostenibilidad, el talento humano, la productividad, la capacitación permanente, entre otros.

Cánepa (2015) en su tesis “Estudio de factibilidad para la producción, industrialización y comercialización de leche pasteurizada de cabra (*Capra hircus*) en la Provincia de Pichincha”. Tiene como objetivo determinar la factibilidad de producir,



industrializar y comercializar la leche pasteurizada. A partir de los resultados concluyó que el punto de equilibrio calculado garantiza la recuperación de la inversión y una excelente rentabilidad, lo cual muestra como resultado un proyecto factible que contribuirá con la diversificación de la producción.

A nivel nacional

Moreno (2018) en su tesis “Sistemas de comercialización de queso fresco pasteurizado de queserías rurales del distrito de Bambamarca, provincia de Hualgayoc- región Cajamarca”, tuvo como finalidad determinar la comercialización de queso pasteurizado, considerando la producción, los canales de comercialización y la rentabilidad. Siguió la investigación exploratoria, descriptivo. Tuvo una muestra de 22 plantas de queso distribuidos en 7 centros poblados. Llegó a la conclusión de que la mayor producción y comercialización de queso se realiza en la planta La Colpa y la menor productividad y comercialización en la planta el Tambo. También, se constató que la comercialización directa tiene su mayor mercado en Lima con 80% seguido de Cajamarca y Bambamarca con 20%, y la producción indirecta de queso llega de 21.55% a 78.45%.

Multhauptff & Romero (2017) en su tesis “Factores asociados a la producción, transformación y comercialización de productos lácteos en las comunidades de Tambo Real y Ancachuro del Distrito de Zurite, Provincia de Anta 2010 – 2015”. Tiene como objetivo Analizar y determinar cuáles son los factores asociados a la transformación, producción y comercialización de productos lácteos. La investigación fue de tipo cuantitativo descriptivo, el método fue analítico sintético y el diseño no experimental. Se tuvo una población de 534 pobladores de Tambo Real y 350 habitantes de Ancachuco, siendo un total de 884 pobladores, de los cuales la muestra fue de 177 productores lácteos. Se tuvo como conclusión que los factores que influyen en la producción, transformación



y comercialización de la leche son la capacitación a nivel técnico, la asociación entre productores y contar con acceso financiero.

A nivel local

Nuñez (2019) en su investigación “Factores de producción que influyen en la capacidad productiva de los productores de derivados lácteos del distrito de Macarí periodo 2017”, tiene como objetivo describir los factores de producción que influyen en la capacidad de producción para proponer estrategias de mejora. La investigación tiene un enfoque cuantitativo descriptivo no experimental. La técnica empleada ha sido la encuesta y el instrumento fue un cuestionario. Su población fue de 39 productores. Tuvo como resultado que los factores de producción que influyen son la infraestructura, el talento humano, los equipos industriales.

Ccalla (2017) en su investigación “Factores que influyen en la rentabilidad de la producción del queso tipo paria en el distrito de Umachiri- Melgar -2015”, tuvo como finalidad clave determinar la influencia que existe entre la rentabilidad y los factores de precio de producto, acidez de la leche, tiempo de acopio, conocimiento de los trabajadores, densidad y tipo de mercado. El estudio es de tipo descriptiva, analítico de corte transversal. Se tuvo una muestra de 13 plantas dedicadas a producción de quesos, además se tuvo en cuenta 8 muestras de acidez y densidad por cada planta. La técnica aplicada fue la revisión documentaria, la observación y la encuesta y como instrumento se aplicó un cuestionario, un cronómetro y la técnica de la titulación de la acidez y la entrevista. A partir de los resultados obtenidos llegó a la conclusión que la producción de queso tipo paria en condiciones óptimas con tecnologías apropiadas, con cordura técnico acorde a un proceso productivo eficiente, es rentable, el tiempo de acopio y acidez



son factores negativos para la producción indicando una disminución de rentabilidad, Los mercados de comercialización tienen venta predominante en Cusco, Puno y Arequipa.

3.2 MARCO TEÓRICO

3.2.1 Comercialización

Origen

A inicios del siglo XX la comercialización era considerada como un conjunto de actividades que transportaban bienes y servicios en un pensamiento de intercambio o trueque. En 1960 se define a la comercialización como el desarrollo de actividades de comercio que guían el flujo de bienes y servicios desde el productor hacia el consumidor. Por otra parte, en 1985, según la definición dada por la American Marketing Association, la comercialización se entendía como un proceso de distribución y comunicación de bienes y servicios para lograr objetivos.

Y en el año 2000 es considerado como una función organizativa con el fin de crear, entregar y comunicar valor, además de gestionar una buena relación con los clientes que benefician a la empresa. Sin embargo, en el 2004 la American Marketing Association plantea una nueva definición del concepto de comercialización, en esta señala que la comercialización es el conjunto de procesos cuya finalidad es comunicar, crear y distribuir valor a los clientes, y la gestión de interrelación con los clientes a partir de procedimientos que logren el beneficio para la organización. (Monferrer, 2013, p. 16)

Definición

Para Kotler (2013) la comercialización son las actividades que intervienen en el proceso donde el producto tiene disponibilidad para ser consumido en el proceso de compra, venta y distribución, además como un proceso social por el cual las personas y



los grupos obtienen lo que desean a través de la creación, ofrecimiento e intercambio de productos con valor para otros, por lo tanto esta definición nos permite identificar conceptos como: Necesidad, deseo, demanda valor, producto, emoción, intercambio, satisfacción, relación de mercado, transacción y gestión de marketing.

La comercialización es una disciplina social que ayuda en el proceso de transformación y conversión de los recursos naturales a servicios que se muevan con valor a uso, además que la comercialización es una disciplina científica que pretende la búsqueda del bienestar social y la satisfacción de las necesidades humanas asegurando la supervivencia de la organización de manera eficiente a partir de la creación del valor (Contreras, 2010)

3.2.2 Dimensiones de Comercialización

a. Mercado

Lugar donde los ofertantes y demandantes de productos se reúnen para realizar el intercambio de bienes, encontrando el precio de equilibrio por el intercambio de productos (Marshall, 2002)

b. Canales de comercialización

Un canal de comercialización es un conjunto de instituciones que participan y dependen entre sí para el uso o consumo de bienes y servicios que al final serán entregados al consumidor o usuarios. Son importantes porque son intermediarios entre la empresa y el consumidor colocando el producto y lugar y momento adecuado al alcance de los consumidores. (Kotler, 2013, p. 293)

En el libro Enfoque de la Investigación de Mercados se señala que los canales de comercialización son un conjunto de organizaciones que participan y ejecutan distintas



funciones para conseguir que un producto llegue al consumidor final. (Kinnear, 1998, p. 642).

Tipos de canales de comercialización

- **Canal directo:** Un canal de comercialización directo es la comercialización y distribución de servicios y productos de manera directa a los consumidores finales. Consta de dos factores importantes: productor y consumidor último, el que fabrica vende de manera directa su producto al consumidor final, sin la existencia de intermediarios (Candelaria, 2015)
- **Canal indirecto:** En un canal de comercialización indirecto de un producto o servicio, aquí hay muchos intermediarios entre el proveedor y el consumidor final. Existiendo así tres tipos de canales de distribución: Largos, cortos, y dobles. Al definir el concepto de canales de distribución indirecta definimos también a los distribuidores mayoristas y minoristas considerando cada uno con un concepto diferente. (Candelaria, 2015)

Estructura de los canales de comercialización

- **Compras:** Mantener y elegir una limitada cantidad de proveedores fiables es muy necesario con ellos establecer relaciones a largo plazo y eficaces para un mutuo beneficio, es necesario el intercambio de datos electrónicos en cuanto a la cantidad y fecha de entrega, así los proveedores realizaran entregas continuas de acuerdo a los plazos acordados.
- **Transporte:** Para el logro de un nivel superior de fiabilidad, la capacidad de controlar y seguir eficazmente este sistema adquiere gran importancia además es



un elemento clave en los canales de comercialización la imposición de una gran disciplina en los calendarios de recorridos y entregas de productos a transportar.

- **Almacén:** Estas tienen menos importancia que el traslado eficiente y rápido de los materiales al punto directo de utilización el centrado en el movimiento de material
- **Control de inventario:** Es un punto y elemento clave pues permite el flujo armónico de los materiales empezando por el origen pasando las distintas etapas de su transformación al punto de llegar al nivel más óptimo de la producción.
- **Producción:** Actividad encargada de transformar materia prima y convertirlo en producto bienes o servicios, que luego podrán ser utilizados para la satisfacción de necesidades.
- **Control de calidad:** La naturaleza de este proceso impone una rápida solución al aflorar los problemas de calidad, los problemas de calidad hacen obligatorio un análisis minucioso del flujo productivo para el aumento de la importancia de la calidad de un producto

c. Estrategias de marketing

Es un conjunto de acciones y métodos que una empresa utiliza para alcanzar un objetivo específico en distintos tiempos (corto, mediano o largo plazo) e incrementar sus ventas. (Kotler, 2013). A continuación, conozcamos los 4 ps del Marketing:

- **Producto:** Es lo que la empresa otorga partiendo de las necesidades del cliente ya sean bienes y servicios, tangibles e intangibles incluye la imagen de marca, política de la marca y otros. El producto debe tener calidad e innovación frente a la competencia.



- **Precio:** Es el valor de los productos (bienes o servicios) que vamos a vender, intervienen diversos factores como la fabricación, margen comercial, poder adquisitivo, etc. Ofrecer un producto de calidad a un precio competitivo es posicionarse en el mercado.
- **Plaza:** Se refiere al lugar donde se vende un bien o un producto y a los conductos de distribución, es decir, el lugar en el que el consumidor puede encontrar la mayor cantidad de nuestros productos.
- **Promoción:** Es una acción de promocionar con el propósito de dar a conocer un producto o un servicio en un determinado mercado, para así acelerar el proceso de venta.

d. Tamaño de productor

El tamaño del productor se define según la cantidad de capital que el empresario posee, según Marshal (2002) los productores con más capital tienen influencia sobre los productores con menos capital haciendo que el tamaño defina la capacidad de producción y participación en los mercados.

3.2.2 Niveles de producción

Definición

Los niveles de producción son el máximo potencial de producción que tienen las empresas al utilizar técnicas avanzadas de producción como la utilización máxima de tiempo y espacio dentro de sus límites de su capacidad para ajustarse al nivel de mercado, los niveles de producción pueden variar y ajustarse a sus condiciones logrando eficiencia en los niveles de Producción. (Krugman, 2008)



Eficiencia en los niveles de producción

La economía es eficiente en los niveles de producción si no produce más de un bien sin producir menos de otros bienes, es decir, si esta sobre su frontera de posibilidades de producción, si no hay una combinación de bienes diferentes que haría que algunos productos mejoren sin que otros empeoren la economía, es eficiente en los niveles de producción. (Krugman, 2008)

Factores de producción

Son todo elemento necesario que la empresa debe utilizar en el proceso de producción en el caso de una planta quesera entre sus factores se encuentra el trabajo de sus trabajadores, la materia prima como la leche, azúcar, sal y el capital invertido en equipos que se utilizan para la realización de quesos y derivados. (Pindyck, 2001)

Podemos dividir entonces a los factores de producción en grandes categorías trabajo (L), materia prima (F) y capital (K) y cada una con respectivas subdivisiones y la relación de entre la producción resultante y los factores de producción, por medio de la función de producción se describe el máximo nivel de producción (Q) que puede tener una empresa gracias a la combinación de dichos factores.

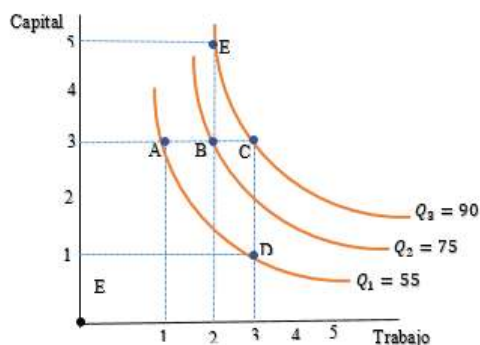
$Q-F(K, L)$

Isocuantas de producción

Muestran la combinación de factores necesarios para que la empresa obtenga un nivel de producción determinado en un mapa de Isocuantas¹ a medida que pasamos de la Isocuanta la producción aumenta. (Pindyck, 2001)

Figura 1

Isocuantas de producción



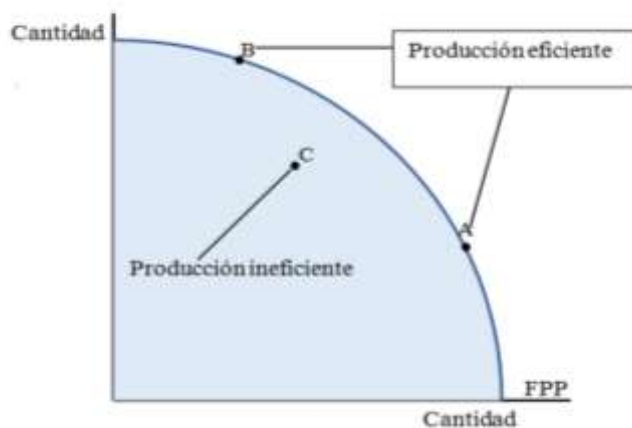
Nota: Elaboración en base a (Pindyck, 2001)

Frontera de posibilidades (FPP)

La FPP es una herramienta muy útil que muestra el concepto económico de eficiencia es decir nadie puede mejorar sin que otro empeore mostrando así como se debe distribuir los escasos recursos disponibles además representa la cantidad máxima que se puede producir de un bien dada la cantidad que se podría producir del otro (Parkin, 2006).

Figura 2

Frontera de posibilidades de producción



Nota: Elaboración en base a (Parkin, 2006).



Dimensiones de niveles de producción

a. Niveles de producción de leche

Es un proceso o actividad económica en la que su rentabilidad depende de los costos de producción, el autor considera que las vacas adquiridas a un costo menor y que producen leche en abundancia son más rentables (Candelaria, 2015).

Cantidad de venta de un producto

La cantidad de ventas es definida como la diferencia que existe entre el volumen total de las ventas y el volumen de ventas previstas ofreciendo una perspectiva completa de variación de precios de un producto o servicio, el análisis de la varianza permite que los responsables tomen decisiones estratégicas para corregir problemas que pudieran comprometer los intereses de la empresa, analizar la variación de la cantidad de ventas ayuda a la empresa a realizar ajustes en la fijación de precios y su producción que ayuden a atraer clientes y mantener los costes de producción (Candelaria, 2015).

Formula: $Q_D = a + bP_D$

Precio del producto

El precio es la estimación cuantitativa traducida en unidades monetarias efectuada en un producto, manifiesta la aceptación o no aceptación del consumidor. El precio de un producto es a su vez una variable del Marketing que resume la política comercial de las empresas, por un lado se tiene el proceso de producción considerando los costes y los objetivos de rentabilidad fijados; es decir, la empresa se encarga de fijar el precio adecuado de un producto, y por otro lado tenemos la necesidad del mercado que fijan un producto con determinados atributos (Candelaria, 2015).

Fórmula: $P = C * (100 / 100 - R)$

Interpretación:

P= Precio de venta del producto

C= Costo de producción del producto

R= Rentabilidad que se aspira a obtener con la venta.

b. Niveles de producción de variedad de queso

Los derivados de queso son productos que se elaboran en base a queso de origen natural u origen artificial. Los quesos elaborados de origen natural son queso crudo, fresco o cocido y los quesos elaborados de origen artificial son a partir de queso procesado líquido, cremoso o granulado (FAO, 1945).

Variedad

Es la diversificación de productos que una empresa otorga al mercado en un momento y tiempo determinado para la satisfacción de necesidades (FAO, 1945).

Niveles de producción de yogurt

El yogurt natural es un producto básico el cual se elabora en base a leche y bacterias lácticas, es un alimento fermentado que se utiliza como base de diferentes productos para ser utilizados en diferentes platos y preparaciones (FAO, 1945).

Cantidad

La cantidad de un producto se mide según su extensión y su magnitud y esta se puede expresar en unidades de medida en términos cuantitativos o cualitativos (Candelaria, 2015)



3.2.3 Marco Conceptual

Canales de comercialización: Un canal de comercialización es un conjunto de instituciones o empresas que participan y dependen entre sí para el uso o consumo de bienes y servicios que al final serán entregados al consumidor o usuarios.

Comercialización: Es un proceso socio comercial por el cual las personas y las empresas obtienen lo que desean por medio de la creación, ofrecimiento e intercambio de productos con valor para otros.

Derivado de queso: Son productos que se elaboran en base a queso de origen natural u origen artificial.

Derivado de yogurt: Alimento fermentado que se utiliza como base de diferentes productos.

Estrategias de marketing: Es un conjunto de acciones y métodos que se utiliza para alcanzar un objetivo.

Mercado: Lugar donde los ofertantes y demandantes de productos se reúnen para realizar el intercambio de bienes.

Niveles de producción: Los niveles de producción son el máximo potencial de producción que tienen las empresas al utilizar técnicas avanzadas de producción como la utilización máxima de tiempo y espacio.

Producción de leche: Actividad económica en la que su rentabilidad depende de los costos de producción.

Tamaño productor: Se define según la cantidad de capital que el empresario posee.

4 ps del Marketing: Producto, precio, plaza, promoción.



CAPITULO IV

HIPOTESIS

4.1. HIPÓTESIS GENERAL

Los factores de la comercialización que influyen en los niveles de producción de productos lácteos en el distrito de Llallí, Provincia de Melgar-Puno, es el tamaño productor.

4.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

- La situación del mercado y canales de comercialización de productos lácteos en el distrito de Llallí, provincia de Melgar-Puno, es deficiente.
- El tamaño del productor en la que se encuentra los productos de leche en el distrito de Llallí, provincia de Melgar-Puno es productor pequeño.
- El nivel de producción de productos lácteos en el distrito de Llallí, provincia de Melgar – Puno, es mayormente para la producción de quesos.

4.3. VARIABLES

4.3.1 Variable Independiente

Comercialización

Dimensiones

- Mercado



- Canales de comercialización
- Estrategias de marketing
- Tamaño productor

4.3.2 Variable Dependiente

Niveles de Producción

Dimensiones

- Producción de leche
- Derivados de queso
- Derivado yogurt

4.4 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Tabla 1

Operacionalización de Variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
COMERCIALIZACIÓN	Mercado	0= No existe mercado para la venta de productos lácteos 1= Si existe mercado para la venta de productos lácteos
	Canales de comercialización	0=No vende a las plantas productoras 1= Si vende a las plantas productoras
	Estrategias de marketing	(1-2-3-4-5=Muy malo – Muy bueno) Producto Precio Plaza Promoción
	Tamaño productor	Comparativamente es productor de pequeño, mediano, gran productor = 1-2-3
NIVELES DE PRODUCCIÓN	Producción de leche	Cantidad en litros
	Derivado queso	Variedad (Paria, mozzarella, otros.
	Derivado Yogurt	Cantidad en kilos Cantidad en litros

Nota: Elaboración propia en base a matriz de consistencia (Anexo 1)



CAPITULO V

PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACION

5.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

Cuantitativo

La presente investigación de enfoque cuantitativo tiene como estrategia de investigación cuantificar la recopilación y análisis de datos obtenidos en las encuestas realizadas (Hernandez Sampieri, 2014).

Se tiene presente que en una investigación cuantitativa la posición del investigador es imparcial con la finalidad de evitar subjetividades que alteren los resultados, pues en todo momento se busca asegurar procedimientos rigurosos y objetivos de recolección y análisis de los datos, además, los estudios cuantitativos plantean relaciones entre variables con la finalidad de precisar recomendaciones específicas.

5.2 MÉTODO APLICADO A LA INVESTIGACIÓN

El método utilizado para esta investigación fue el deductivo ya que permite construir el conocimiento científico en base a principios y leyes permitiendo formular juicios a partir de argumentos generales y lógicos que tienen como fin demostrar y explicar los aspectos

específicos de una realidad, ayudando así a deducir conclusiones a partir de las hipótesis (Neil, 2018).

Tipo de Investigación

La investigación es de tipo aplicada, conocido también como investigación práctica, porque busca el uso y aplicación de los conocimientos adquiridos después de sistematizar e implementar la práctica apoyada en investigación. De acuerdo a Vargas (2009) la aplicación de los resultados y el conocimiento del estudio dan como resultado una forma organizada, rigurosa y sistemática del conocimiento de la realidad.

5.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Explicativo- Descriptivo

Explicativo

La investigación es de nivel explicativo y tiene como fin responder por las causas de los fenómenos físicos, sociales y eventos, mostrando conceptos que van más allá de la descripción de fenómenos relacionados entre sí (Hernandez - Sampieri, 2014).

Descriptivo

Comprende el registro, la descripción, la interpretación y análisis de la composición y procesos de los fenómenos. La naturaleza actual del enfoque sobre conclusiones tiene como objetivo describir las características principales de fenómenos, utilizando criterios que ayuden realizar una estructura del comportamiento de fenómenos en estudio, brindando información comparable y sistemática (Guevara, 2020).

5.4 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

No experimental

La investigación no experimental permite observar los fenómenos en su estado natural con el propósito de analizarlos, por ello no se realiza la manipulación ni la influencia en las variables (Hernández Sampieri, 2014).

La presente investigación se realizó sin la manipulación deliberada de las variables, no se realizó ninguna variación, se trabajó con la observación de la situación tal como se da en el contexto de los productores de leche del Distrito de Llalli, provincia de Melgar-Puno.

5.5 POBLACIÓN Y MUESTRA

5.5.1 Población

La investigación se realizó a los productores de leche del distrito de Llalli, provincia de Melgar, departamento de Puno.

Tabla 2

Censo poblacional del distrito de Llalli 2022

	AÑOS	AÑOS	AÑOS	AÑOS	TOTAL
	1 a 9	10 a 19	20 a 64	65 a más	Población
MUJERES	80	94	203	61	438
VARONES	41	48	98	75	262
TOTAL	121	142	301	136	700

Nota: Elaboración propia

5.5.2 Muestra

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times P \times q}$$

$$n = 700$$

$$z = 1.96$$

$$p = 0.06 = 6\%$$

$$q = 0.94$$

$$d = 0.03 = 3\%$$

$$n = \frac{700 \times 1.96^2 (0.06 \times 0.94)}{0.03^2 (700 - 1) + 1.96^2 (0.06 \times 0.94)}$$

$$n = 50.007$$

$$n = 50$$

5.5.3 Técnica

Encuesta

La técnica que se utilizó para la realización del trabajo de investigación ha sido la encuesta, dirigido a los productores de leche, queso y derivados del distrito de Llalli, Provincia de Melgar, Departamento de Puno.

5.5.4 Instrumento

Cuestionario

El instrumento utilizado en el presente trabajo de investigación fue el cuestionario. Ya que el instrumento de investigación debe ser confiable, validado y objetivo; además debe registrarse los datos que representan las variables que el investigador tiene en mente (Hernandez Sampieri, Metodología de la Investigación, 2014).

5.6 CONFIABILIDAD Y VALIDEZ DE INSTRUMENTO

5.6.1 Confiabilidad

Tabla 3

Alfa cronbach

Estadísticas de confiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,533	11

Nota: Trabajo de campo

5.6.2 Validez

El instrumento fue validado por los siguientes expertos:

- Dr. Alberto Magno Cutipa Limache
- Dra. Rosario Acero Apaza

5.7 PROCEDIMIENTO DE TRATAMIENTO DE DATOS

El análisis estadístico de los datos obtenidos se realizó en el software SPSS y su clasificación y procesamiento en Windows Excel.

5.8 CONTRASTACIÓN DE HIPÓTESIS

Planteamiento de la hipótesis

- **Ho:** Los factores de la comercialización que influyen en los niveles de producción de productos lácteos en el distrito de Llallí, Provincia de Melgar-Puno, no es el tamaño productor
- **Ha:** Los factores de la comercialización que influyen en los niveles de producción de productos lácteos en el distrito de Llallí, Provincia de Melgar-Puno, es el tamaño productor.

Nivel de significancia: 5% = 0,05

Estadística aplicada: Regresión Lineal

Tabla 4

Análisis de Comercialización y Niveles de producción

	Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
	Regresión	31,341,405	2	15,670,703	49,206	,000 ^b
1	Residuo	14,968,040	47	318,469		
	Total	46,309,445	49			

Nota: Trabajo de campo 05 de Setiembre al 15 de Setiembre del 2023

a. Variable dependiente: Niveles de Producción

b. Predictores: (Constante) Comercialización

Según los datos de la tabla 4 el valor p es < a 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. El modelo lineal es apropiado para describir la relación entre las variables y concluir que la variable independiente influye sobre la variable dependiente.



CAPÍTULO VI

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

6.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Al terminar el proceso de la recolección de los datos aplicado en 50 cuestionarios a los productores de leche del distrito de Llallí, provincia de Melgar-Puno y procesados en el software SPSS Statics se obtuvo los siguientes resultados.

6.1.1 Resultados por objetivos

Objetivo General

Determinar los factores de comercialización que influyen en el nivel de producción de productos lácteos en el distrito de Llalli, Provincia de Melgar-Puno

Tabla 5

Coefficiente para la ecuación

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		
	B	Desv. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constante)	-48,382	19,815		-2,442	,018
Estrategias Marketing	2,574	1,992	,113	1,292	,203
Tamaño Productor	68,342	7,683	,779	8,895	,000

Nota: Trabajo de campo 05 de Setiembre al 15 de Setiembre del 2023

- a. Variable dependiente: Niveles de Producción.
- b. Predictor (Comercialización) Tamaño productor, estrategias de marketing.

Los resultados obtenidos:

- Constante: -48,382
- Tamaño productor: 68,342

Por tanto, el modelo de regresión lineal es: $y=f(x)=-48,382+68,342$

Tabla 6

Resumen del modelo

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,823 ^a	,677	,663	1,784,570

Nota: Trabajo de campo 05 de Setiembre al 15 de Setiembre del 2023

- a. Predictores: (Constante), Comercialización

En la tabla 5 y tabla 6 los resultados indican que existe relación significativa entre las variables con significancia menor al alfa 0.05 (0.000), se concluye que la variable independiente influye en la variable dependiente y el factor que influye en el nivel de producción es el tamaño productor, por lo que se concluye que a mayor tamaño productor mayor nivel de producción, se deduce también que existe un coeficiente de determinación alta entre la comercialización y el nivel de producción con un R cuadrado de 0.677 =

67.7%, además que a un valor añadido a la comercialización (Variable independiente) incrementará en 68,342 veces el valor de niveles de producción (variable dependiente).

Objetivo Específico 1

Encontrar la situación del mercado y canales de comercialización de productos lácteos en el distrito de Llallí, Provincia de Melgar - Puno.

Tabla 7

Situación del mercado de productos lácteos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido SI	50	100,0	100,0	100,0

Nota: Trabajo de campo 05 de Setiembre al 15 de Setiembre del 2023

Figura 3

Demanda de productos lácteos

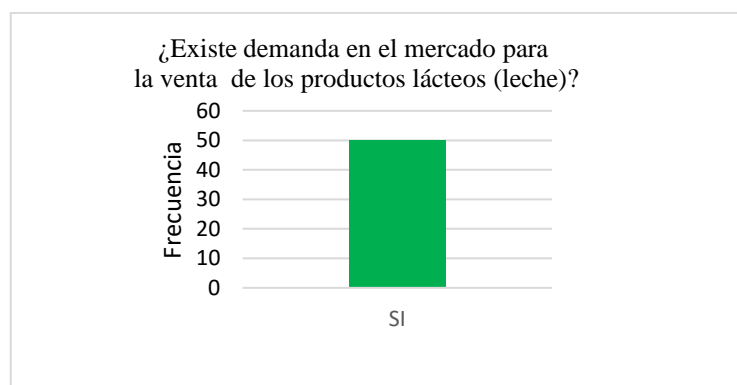


Tabla 8

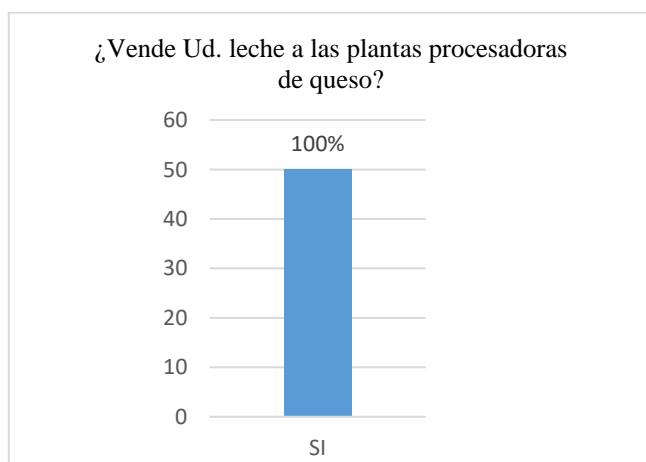
Comercialización de leche a las plantas procesadoras

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido SI	50	100,0	100,0	100,0

Nota: Trabajo de campo 05 de Setiembre al 15 de Setiembre del 2023

Figura 4

Venta de leche a las plantas procesadoras de queso



Nota: Tabla 8

De acuerdo con los datos mostrados en la tabla 7 y figura 3, la existencia de demanda en el mercado para la venta de los productos lácteos (leche) es alta. El 100% de los encuestados respondió que sí existe demanda en el mercado para la venta de los productos lácteos (leche), lo que indica que existe una gran aceptación de este producto.

De acuerdo con los datos presentados en la tabla 8 y figura 4, el 100% de los encuestados respondió que sí vende leche a las plantas procesadoras de queso. Esto indica que existe una alta demanda de leche por parte de estas plantas. Ésta alta demanda se puede explicar por el tamaño del productor, el alto nivel de demanda de leche por parte de las plantas procesadoras de queso representa una oportunidad para los productores de leche, los productores pueden aprovechar esta oportunidad para aumentar sus ventas.

Se concluye que la situación del mercado y canales de comercialización de productos lácteos en el distrito de Llallí, Provincia de Melgar-Puno es alta, la alta demanda en el mercado para la venta de leche que además de ser una práctica común es una tendencia positiva para el productor y la alta demanda de leche por parte de las plantas procesadoras de queso es positiva para el sector lácteo, los productores de leche deben

aprovechar esta oportunidad para aumentar sus ventas y las empresas deben aprovechar esta oportunidad para aumentar sus ventas y expandir sus productos en el mercado pues esta actividad es una tendencia que continuará en el futuro.

Objetivo Específico 2

Encontrar el tamaño del productor en la que se encuentra los productores de leche en el distrito de Llalli, provincia de Melgar – Puno.

Tabla 9

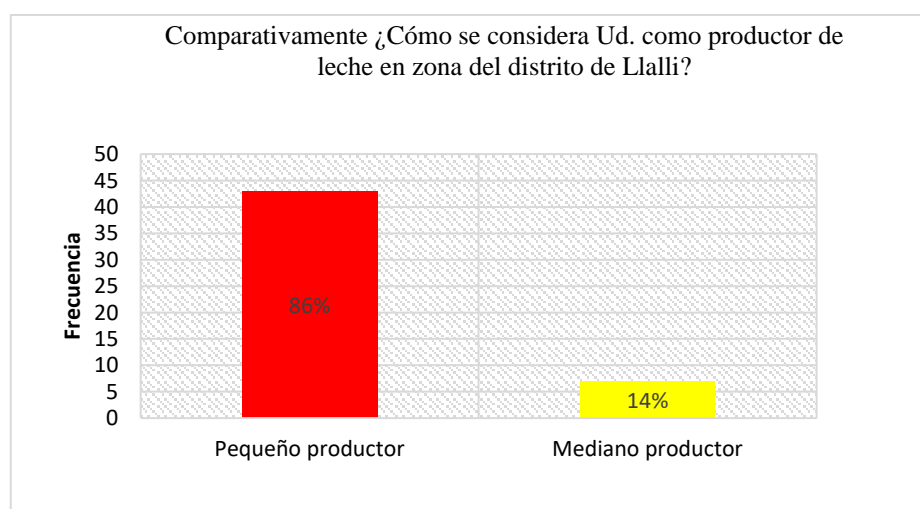
Tamaño del productor en el distrito de Llalli

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Pequeño productor	43	86,0	86,0	86,0
	Mediano productor	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Nota: Trabajo de campo 05 de Setiembre al 15 de Setiembre del 2023

Figura 5

Tamaño productor



Nota: Tabla 9

Según los datos proporcionados en la tabla 9 y figura 5, el 86% de los productores de leche en el distrito de Llalli, provincia de Melgar – Puno se consideran pequeños productores, mientras que el 14% se consideran medianos productores. Se concluye que la mayoría de los productores de leche en esta zona son pequeños y tienen una producción limitada de leche.

Objetivo Específico 3

Encontrar el nivel de producción de productos lácteos en el distrito de Llallí, Provincia de Melgar – Puno.

Tabla 10

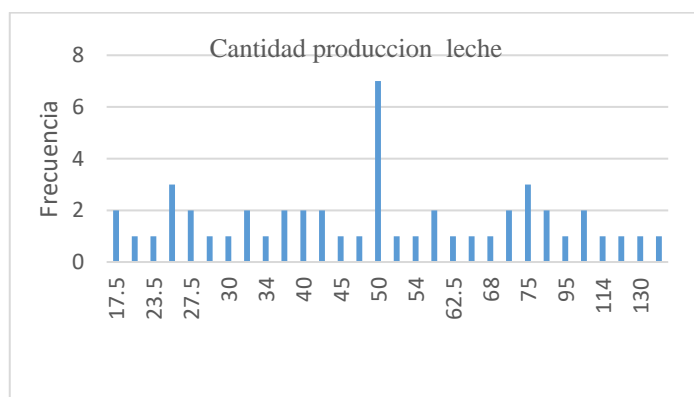
Nivel de producción de leche en el distrito de Llallí

N	Válido	50
	Perdidos	0
Media		56,1900
Mediana		500,000
Moda		50,00
Desviación		3,074,233
Varianza		945,091
Asimetría		1,163
Error estándar de asimetría		,337
Curtosis		1,053
Error estándar de curtosis		,662
Rango		132,50
Mínimo		17,50
Máximo		150,00
Suma		2809,50

Nota: Trabajo de campo 05 de Setiembre al 15 de Setiembre del 2023

Figura 6

Nivel de producción de leche



Nota: Tabla 10

Según los datos proporcionados en la tabla 10 y figura 6, la media de producción de productos lácteos en el distrito de Llalí, Provincia de Melgar – Puno es de 56,19 litros por productor. Esto significa que, en promedio, cada productor de leche en esta zona produce 56,19 litros de leche al día. Se concluye que el nivel de producción es relativamente alto, comparable al de otros distritos productores de leche en el departamento de Puno.

En particular, el distrito de Llalí se encuentra en una zona de producción ganadera. Además, cuenta con un acceso relativamente bueno a recursos naturales y tecnología, como centros de acopio y procesamiento de leche.

La producción de leche en el distrito de Llalí tiene un impacto favorable en la economía de la zona. La leche es una fuente significativa de ingresos para los productores, y también genera empleos en la cadena de valor de la leche, como el transporte, procesamiento, y comercialización.



6.2 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

La presente investigación titulada factores de comercialización que influyen en el nivel de producción de productos lácteos en el distrito de Llalli, provincia de Melgar-Puno, al ser analizados los datos mediante una regresión lineal, estadística descriptiva y la aplicación del Alfa de Cronbach para la confiabilidad del instrumento aplicado en el estadístico SPSS se determinó: la variable independiente influye en la variable dependiente siendo el tamaño productor el factor que influye en el nivel de producción, la investigación cuenta con un coeficiente de determinación R^2 cuadrado de $0.677 = 67.7\%$ y que a un valor añadido a la comercialización incrementará en 68,342 veces el valor de niveles de producción. Además, la situación del mercado y canales de comercialización de productos lácteos es alta, convirtiéndose en un aspecto positivo para el sector lácteo, la mayoría de los productores de leche son pequeños, en promedio cada productor de leche produce 56,19 litros al día y a pesar del tamaño productor logra un impacto significativo en la economía de la zona, estos resultados son comparados con los resultados obtenidos en otras investigaciones.

Molina (2018) encontró que las organizaciones minoristas del sector lácteo del cantón Bolívar por tener un tamaño menor de producción no tienen los instrumentos necesarios para que el proceso de extracción, conservación y transporte de la leche y derivados sea óptimo, los principales hallazgos de esta investigación son: La leche debe cumplir con los estándares de calidad instituidos por las normativas nacionales e internacionales, la eficiencia en los canales productivos, las dos investigaciones tienen hallazgos importantes que proporcionan información valiosa las mismas que tienen algunos hallazgos similares, como la eficiencia en los canales productivos y la importancia del tamaño de productor por lo tanto existe similitud relativa.



Cenepa (2019) determinó que el punto de equilibrio calculado en la investigación garantiza y resulta altamente favorable en la recuperación de toda la inversión y una buena rentabilidad, lo cual muestra como resultado un proyecto factible que contribuirá con la diversificación de la producción. Las dos investigaciones tienen hallazgos importantes que proporcionan información valiosa pero no existe similitud en los resultados.

Jaquima (2018) concluyó que los factores relacionados a la producción, transformación y comercialización de la leche son: la asociación, la capacitación en el manejo técnico y el acceso a servicios financieros, las dos investigaciones tienen hallazgos importantes que proporcionan información valiosa pero no existe similitud en los resultados.

Aguila (2018) concluye que la mayor productividad de queso se realizó en la Colpa y la menor productividad en el Tambo la comercialización en su mayor mercado es Lima con 20% y 80% seguido de Cajamarca y Bambamarca, la producción indirecta de queso llega a 21.55% Y 78.45% las dos investigaciones tienen hallazgos importantes que proporcionan información valiosa las mismas que tienen un hallazgo similar reflejado en la alta venta en los mercados, por lo tanto, existe similitud relativa.

Ccalla (2017) llegó a la conclusión que la producción de queso tipo paria es rentable si tiene condiciones óptimas con tecnologías adecuadas y con criterio técnico acorde a un proceso productivo eficiente, ya que el tiempo de acopio y acidez son factores negativos para la producción indicando una disminución de rentabilidad, los mercados de comercialización tienen venta predominante en Cusco, Puno y Arequipa, las dos investigaciones tienen hallazgos importantes que proporcionan información valiosa y cuenta con un hallazgo similar, como es la importancia de los canales de comercialización por tanto existe similitud relativa.



Núñez (2019) en los resultados se puede observar que los factores influyentes en la producción son los equipos industriales, infraestructura, tamaño de personal, las dos investigaciones tienen hallazgos importantes que proporcionan información valiosa pero no existe similitud en los resultados.



CONCLUSIONES

PRIMERA: Esta investigación tiene como objetivo general determinar los factores de comercialización que influyen en el nivel de producción de productos lácteos en el distrito de Llalli, Provincia de Melgar-Puno. A partir de los datos que fueron analizados se pudo concluir que existe relación significativa entre las variables con significancia menor al alfa 0.05 (0.000), se concluye que la variable independiente influye sobre la variable dependiente y el factor influyente en el nivel de producción es el tamaño productor determinando que a mayor tamaño productor mayor nivel de producción, se concluye también que existe un coeficiente de determinación alta entre la comercialización y el nivel de producción con un R cuadrado de $0.677 = 67.7\%$, además que a un valor añadido a la comercialización incrementará en 68,342 veces el valor de niveles de producción.

SEGUNDA: La investigación tiene como objetivo específico 1 encontrar la situación del mercado y canales de comercialización de productos lácteos en el distrito de Llallí, Provincia de Melgar-Puno. A partir de los datos que fueron analizados se pudo concluir que la situación del mercado y canales de comercialización de productos lácteos es alta debido la demanda en el mercado la venta de leche que además de ser una práctica común es una tendencia positiva para el productor y la alta demanda de leche por parte de las plantas procesadoras de queso es positiva para el sector lácteo, los productores de leche deben aprovechar esta oportunidad para aumentar sus ventas y las empresas productoras y comercializadoras de productos derivados de leche deben aprovechar esta oportunidad para aumentar sus



ventas y expandir sus productos en el mercado pues esta actividad es una tendencia que continuará en el futuro.

TERCERA: La investigación tiene como objetivo específico 2, encontrar el tamaño del productor en la que se encuentra los productores de leche en el distrito de Llallí, provincia de Melgar – Puno. A partir de los datos que fueron analizados se pudo concluir que los productores de leche en esta zona en su mayoría son pequeños productores.

CUARTA: La investigación tiene como objetivo específico 3, encontrar el nivel de producción de productos lácteos en el distrito de Llallí, Provincia de Melgar – Puno. A partir de los datos que fueron analizados se pudo concluir que, en promedio cada productor de leche en esta zona produce 56,19 litros de leche al día, esto significa que el nivel de producción es relativamente alto en comparación a otros distritos productores de leche en el departamento de Puno. Lo que significa que la producción de leche es una fuente clave de ingresos para los productores y para los lugareños porque genera empleos en la cadena de valor de la leche, como el transporte, procesamiento y comercialización; es decir, la producción de leche y sus derivados impacta positivamente en la economía de local.



RECOMENDACIONES

PRIMERA: Promover la asociación de productores lácteos, mejorar el nivel de producción y brindar capacitación a los productores lácteos en temas de producción, esto permitirá mejorar sus habilidades en la producción de leche, tener acceso a nuevos mercados y obtener mejores precios.

Estas recomendaciones están fundamentadas en los resultados del objetivo general que indican que el tamaño productor influye en los niveles de producción de productos lácteos.

SEGUNDA: Debido al alto nivel de demanda de leche se recomienda que las empresas productoras y comercializadoras que desean aumentar sus ventas de productos lácteos debieran:

- Innovar nuevos productos lácteos que satisfagan las necesidades de los consumidores.
- Invertir en marketing y publicidad para tener más clientes y mejor posición competitiva en el mercado.
- Ofrecer precios competitivos para atraer a los consumidores.

Y a los productores de leche que desean aumentar sus ventas a las plantas procesadoras de queso se recomienda:

- Mejorar la calidad de la leche que producen.
- Garantizar un suministro estable de leche.
- Negociar precios competitivos con las plantas procesadoras.

TERCERA: Para mejorar la situación y la rentabilidad de los pequeños productores de leche en el distrito de Llalli, es necesario implementar políticas y



programas que les permitan aumentar su producción y mejorar su competitividad como:

- Ofrecer créditos a los pequeños productores para que puedan adquirir ganado, equipos, y otros insumos.
- Brindar apoyo técnico a los pequeños productores para que puedan mejorar sus procesos de producción y manejo de ganado.
- Ofrecer capacitación en gestión empresarial.

CUARTA: Se recomienda fortalecer la cadena de valor de la leche en el distrito de Llallí para aprovechar al máximo su potencial y generar beneficios como el incremento de los ingresos de los productores de leche, la generación de empleo y el desarrollo económico de la zona.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Águila, L. C. (2018) *Sistemas de comercialización de queso fresco pasteurizado de queserías rurales del distrito de Bambamarca, provincia de Hualgayoc-región Cajamarca [Tesis de licenciatura. Universidad Nacional Agraria de la Selva].* Tingo María, Perú.
- Apaza, J. (2018). *Factores socioeconomicos que determinan el comercio informal en la ciudad de Juliaca, caso: Mercado Mi Perú [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano].* Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe>
- Apaza, N. G. (2020). *Factores socioeconómicos que inciden en el empleo informal en la ciudad de Juliaca 2020 [Tesis de licenciatura. Universidad Nacional de Juliaca].* Juliaca, Perú.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigacion, Introduccion a la metodología científica.* Caracas: EPISTEME C.A.
- Balazote, A. (2019). Antecedentes y lineamientos para el abordaje del sector doméstico. doi:<https://doi.org/10.34096/cas.i49.5305>
- Balcazar, K. (2023). *Factores socioeconómicos que influyen en el comercio ambulatorio en las afueras del mercado modelo de Chiclayo, 2021 [Tesis de licenciatura, universidad Pedro Ruiz Gallo].* Lambayeque.
- Bardales, J. L. (2009). Informalidad y Subempleo: Evidencia microeconométrica para el caso Peruano. *Horizonte Económico.* Obtenido de <https://fce.unac.edu.pe/images/investigacion/unidad-investigacion/revista/hen1/a11.pdf>
- Barragan, P. (2005). Magnitud de la Economía Informal en el Perú y el Mundo. *Gestión en el Tercer Milenio, Rev. de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM,* 7(14), 2-8. doi: <https://doi.org/10.15381/gtm.v7i14.9791>
- Caballero, L. S. (2017). Patrones de consumo alimentario, estado nutricional y características metabólicas en muestras poblacionales urbanas del nivel del mar y altura del Perú. (*Tesis de doctorado*). Universidad Cayetano Heredia, Lima,



- Peru. Obtenido de
https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/1012/Patrones_CaballeroGutierrez_Lidia.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Callo, J. Y. (2019). *Diagnóstico situacional del comercio informal en el Mercado San José de la ciudad de Juliaca en el año 2019*[Tesis de licenciatura.Universidad Peruana Unión]. Juliaca, Perú.
- Candelaria, J. (2015). *Canales de distribución, características principales de los distribuidores mayoristas de materiales de construcción de extracción minera en Barranquilla - Colombia*. Barranquilla, Colombia. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99342682009>
- Ccalla, A. L. (2017). *Factores que infuyen en la rentabilidad en la produccion del queso tipo paria en el distrito de Umachiri - Melgar - Puno 2015*. Puno [Tesis. Universidad Nacional del Altiplano]. Umachiri, PUNO.
- Cánepa Rodríguez, F. (2019). *Estudio de factibilidad para la producción, industrialización y comercialización de leche pasteurizada de cabra, Quito 2015.2019.*[Tesis de Licenciatura]. Ecuador .
- CEPAL. (2001). *Desarrollo Económico Local y Descentralizacion en America Latina*. Santiago, Chile: CEPAL. Obtenido de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/2691/S2001704_es.pdf
- Contreras, G. (2010). *Fundamentos, Paradigmas y principios de Mercadeo*. (D. E. EU, Ed.) Bogota, Colombia. Obtenido de https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/handle/001/2480/MPA-spa-2010-Fundamentos_paradigmas_y_principios_de_mercadeo_hacia_la_construccion_de_un_enfoque_de_sistemas_servicios_y_recursos?sequence=1&isAllowed=y
- Correo, D. (19 de Junio de 2020). *La historia de los ambulantes en Lima*. Obtenido de Diario Correo: <https://www.facebook.com/CorreoPeru/videos/la-historia-de-los-ambulantes-en-lima/624801034800079/>
- De Soto, H. (2000). *El Misterio del Capital*. Sudamericana S.A.



- Díaz, R. G. (2020). *Economía subterránea y lavado de activos: un análisis documental [Tesis de licenciatura, Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia]*. Obtenido de <https://repository.upb.edu.co/bitstream/handle/20.500.11912/7809/Economia%20subterranea%20y%20lavado%20de%20activos%20un%20analisis%20documental.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Espinoza, A. E., & Ore, E. L. (2017). *Principales factores socio - económicos que influyen en la calidad de vida de los jóvenes venezolanos inmigrantes de 18 - 25 años de la organización No Gubernamental Unión Venezolana en la Ciudad de Lima – Perú, 2017 [Tesis licenciatura UNSA]*. Arequipa, Perú.
- FAO, L. (1945). Alimentación, nutrición y agricultura.
- Fernandez, & Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico, Mexico: Mc Graw Hill Education.
- Flores, M. S. (2009). *El comercio informal urbano una forma de sobrevivencia en la ciudad de la Paz [Tesis de licenciatura, Universidad Mayor de San Andres]*. Repositorio Institucional. Obtenido de <https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/2120/T-1097.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Gallardo, M. A. (2021). *Comercio informal y su incidencia en el desarrollo económico del país [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Loja]*. Loja, Ecuador.
- Garcia, G. (1993). *Los orígenes del comercio ambulante en la Ciudad de Mexico [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional de Mexico]*. Obtenido de <http://herzog.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GarciaGJ/cap1-1.pdf>
- Gestión. (11 de Mayo de 2015). *Nueve plantas queseras de Puno logran ventas por más de S/. 1 millón en primer trimestre*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/economia/empresas/nueve-plantas-queseras-puno-logran-ventas-s-1-millon-primer-trimestre-89604-noticia/?ref=gesr>
- Guevara, G. (2020). *Metodologia de la Investigacion Educativa*. Ecuador . doi:DOI: [https://doi.org/10.26820/recimundo/4.\(3\).julio.2020.163-173](https://doi.org/10.26820/recimundo/4.(3).julio.2020.163-173)



- Hart, K. (1972). El Trabajo Decente y la Economía Informal. *Oficina Internacional de Trabajo*, 2-20. Obtenido de https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_policy/documents/publication/wcms_229449.pdf
- Hector, L. (2021). *Trayectoria Social de jóvenes Comerciantes informales en Santiago de Chile y el Alto Bolivia*[Tesis doctorado,Universidad Iberoamericana de México]. México, México.
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigacion*. Mexico: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernandez Sampieri, R. (2014). *Metodología de la investigación*. Mexico.
- Herrera, R. R. (2004). *Análisis y propuesta para reglamentar el comercio en la vía publica en el municipio de Morelia, Michoacán* [Tesis de Maestría,Instituto Politécnico Nacional]. Obtenido de <http://tesis.ipn.mx/handle/123456789/2109>
- Huaman, E. (2014). *Factores socioeconomicos asociados a la practica del comercio ambulatorio en la zona comercial de Aguas Verdes Zarumilla*[Tesis de Licenciatura,Universidad Nacional de Tumbes]. Obtenido de <http://repositorio.untumbes.edu.pe/handle/20.500.12874/40/browse>
- INDECOPI, c. d. (09 de 2014). Bibliografía especializada sobre Dumping y Antidumping. (Indecopi, Ed.) Obtenido de <http://hdl.handle.net/11724/4658>
- INEGI. (2014). *La Informalidad Laboral.Encuesta Nacional de Ocupacion y Empleo.Marco Conceptual y Metodologico*. Mexico: INEGI.
- Jaquima, R. F. (2018). *Factores asociados a la producción transformación y comercialización de productos lacteos enlas comunidades de Tambo Real y Ancachuro, Provincia de Anta 2010 – 2015*". Cusco 2018. Perú.
- Jove Calsina, w. (2021). *“Caracterizacion de los procesos productivos y analisis de rentabilidad de las plantas queseras de la cuenca lechera del distrito de Azangaro” Puno 2021*[Tesis de licenciatura. UNA]. Puno, Perú.
- Kamichi, M. M. (2023). *La realidad de la informalidad en el Perú previo a su bicentenario*[Tesis de maestría.Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Lima, Perú.



- Kinnear, T. (1998). *Investigacion de Mercados*. Obtenido de https://www.academia.edu/23438594/Kinnear_Taylor_Investigacin_de_mercados_un_enfoque_aplicado_pdf
- Kotler, P. A. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Pearson Education. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=to4pswEACAAJ&dq=fundamentos+de+marketing+kotler+y+armstrong&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y
- Krugman, P. (2008). *Fundamentos de Economia*. Barcelona, España: Editorial Reverte S.A. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=MF8sETKKD7EC&pg=PA242&dq=Niveles+de+produccion&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjxr5-6wMj0AhULILkGHbf9ABQQ6AF6BAgCEAI#v=onepage&q=Niveles%20de%20produccion&f=false>
- Lipa, O. (2021). *Análisis de los factores socioeconómicos determinantes de la práctica del comercio informal en el mercado "San José" de la ciudad de Juliaca periodo 2020.*[Tesis, Universidad Privada San Carlos]. Puno.
- Lopez, M. T. (2007). Productividad, competitividad e inovacion en el sector lacteos del area metropolitana centro occidente y el papel de los actores en su mejoramiento. *Scientia Et Technica*, XIII(34), 361-366. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84934061>
- Luna, H. (2015). Trayectorias sociales de jóvenes comerciantes ambulantes en la ciudad de El Alto. *Instituto Frances de estudios andinos*, 44(3), 447-462. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12645696008>
- Luna, H. A. (2020). *El comercio informal, una oportunidad de trabajo para jovenes en Santiago de Chile*[Tesis de licenciatura. Universidad Iberoamericana de la ciudad de Mexico]. Mexico, Mexico.
- M.P.P. (2016). *Municipalidad Provincial de Puno*. Obtenido de <http://www.munipuno.gob.pe/muni7/travel2/126-notis-de-prensa/1266-mas-de-10-districtos-se-beneficiaran-con-el-proyecto-produccion-y-transformacion-de-derivados-lacteos-en-la-provincia-de-puno>.



- Mamani, D. (2016). *El comercio informal de ropa usada en la ciudad de Puno* [Tesis de Licenciatura, Universidad Nacional del Altiplano]. Obtenido de <http://repositorio.unap.edu.pe>
- Mamani, D. H. (2019). *El comercio informal de ropa usada en la ciudad de Puno 2019* [Tesis de licenciatura. Universidad Nacional del Altiplano]. Puno, Perú.
- Marshal, A. (2002). *La teoría económica del empresario*. Londres: Universidad de Valladolid, Secretariado de publicaciones .
- MEF, M. d. (2023). Definiciones Generales/ Nota de prensa. *Ministerio de Economía y Finanzas*. Obtenido de <http://mef.gob.pe/es/?opti>
- Mejía, D., & Posada, C. (2007). Informalidad: Teoría e Implicaciones de Política. *Banco de la Republica de Colombia*, 2-4. doi:DOI: 10.32468/be.455
- Molina Rengifo, J. E. (2018). *Diagnóstico de los factores críticos de éxito en la gestión productiva del sector minorista de lácteos del Cantón Bolivar, Navarí 2017* [Tesis de Licenciatura. ESPAMMLF <https://repositorio.espam.edu.ec/>]. Manaví, Ecuador.
- Monferrer, D. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Universitat Jaume . doi: <http://dx.doi.org/10.6035/Sapientia74>
- Moreno, L. C. (2018). *Sistemas de comercialización de queso fresco pasteurizado de queserías rurales del distrito de Bambamarca, provincia de Hualgayoc-región Cajamarca* [Tesis de licenciatura. Universidad Nacional Agraria de la Selva]. Tingo María, Perú.
- Municipalidad Provincial de Puno. (2020). *Avisos oficiales*. Obtenido de <http://portal.munipuno.gob.pe/es/avisos-oficiales>
- Narváez Trejo, O. M., & Villegas Salas, L. I. (2014). *Introducción a la investigación*. Veracruz: Biblioteca Digital de Humanidades.
- Neil, D. (2018). *Procesos y Fundamentos de la Investigación Científica* (Primera edición ed.). Ecuador: Editorial UTMACH. Obtenido de <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12498/1/Procesos-y-FundamentosDeLainvestiacionCientifica.pdf>



- Núñez, F. M. (2019). *“Factores de producción que influyen en la capacidad productiva de los productores de derivados lácteos del distrito de Macari periodo 2017”* [Tesis de licenciatura. Universidad Nacional del Altiplano-Puno]. Puno, Perú.
- Olhagaray, E. E. (2007). Produccion y Comercializacion de leche de cabra en el GGAVATT-INIFAP Juan E. Garcia del municipio Lerdo, DGO. Mexico. *Revista Mexicana de Agronegocios*, XI(20), 308-313. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=14102011>
- Orduz, L. (2019). *Factores que inciden en el empleo informal en la ciudad de Villavicencio* [Tesis de licenciatura, Universidad Cooperativa de Colombia]. Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/16090/10/2019_factores_inciden_empleo.pdf
- Parkin, M. (2006). *Microeconomia*. Mexico: Pearson Education S.A. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=QgkEqxMoIi8C&pg=PA32&dq=frontera+de+posibilidades&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj8koLG_9H0AhVXJrkGHaPGBuAQ6AF6BAgGEA
- Pérez, R. Q. (2018). *Determinantes de la informalidad laboral: Un análisis para Colombia* [Tesis de maestría, universidad de Cartagena]. Barranquilla.
- Pérez, S. (1996). *Introducción a la Regresión Logística*. Madrid, España: Instituto Valenciano de Estudios en Salud Publica.
- Pindyck, R. (2001). *Microeconomia*. (A. 2001, Ed.) Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=F3FkQgAACAAJ&dq=microeconomia+robert+pindyck&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y
- Portes, A. (1995). *Entorno a la Informalidad: Ensayos sobre teoria y medición de la economía no regulada*. Mexico: Miguel Angel Porrúa S.A.
- Quintín, M. M., Cabero, T., & de Paz Santana, Y. d. (2008). *Tratamiento estadístico de datos con SPSS*. Madrid, España: Top printer plus S.L.L.



- Razeto, L. (1999). *Economía Solidaria:Concepto,realidad y proyecto. Perosna y sociedad, XIII*. Obtenido de <https://www.luisrazeto.net/content/la-econom%25C3%25ADa-solidaria-concepto-realidad-y-proyecto>
- Reyna, G. A. (2020). *Factores asociados al comercio informal en el mercado Ráez Patino de Huancayo*[Tesis de licenciatura.Pontificia Universidad Católica del Perú]. Huancayo, Perú.
- RIDE. (2015). Sector informal,economía informal e informalidad. *Revista Iberoamericana para la Investigacion y el Desarrollo Educativo*, 6, 11. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=498150319001>
- Rodriguez Lima, R. S. (2018). “ *Evaluacion de marketing mix ,para mejorar las ventas de la empresa de lacteos don Bosco-Ayaviri” Puno 2018.*[Tesis de licenciatura.UNA]. Puno, Peru.
- Rosas, D. (2021). *Factores Socioeconómicos que Influyen en el Comercio Informal en la Ex Parada Quillcay, Distrito de Huaraz, año 2020*[Tesis de Maestría,Universidad CésarVallejo]. Lima.
- Ruiz, D. M. (2002). *Problematica de la caprinocultura en la region Norte del estado de Coahuila. (Tesis de licenciatura)*. Universidad Autonoma Agraria Antonio Narro, Coahuila. Obtenido de <http://repositorio.uaaan.mx:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/4689/T13470%20MERL%20CDN%20RUIZ.DAVID%20%20TESIS.pdf?sequence=1>
- Salazar, D. G., & Vargas, E. (2018). *El comercio informal de los vendedores ambulantes del mercado Santa Cecilia produce la evacion de impuestos al estado,Cutervo 2016*[Tesis de Licenciatura,Universidad Señor de Sipán].
- Sanchez, J. A. (2021). *Factores socioeconómicos que influyen en el crecimiento del comercio informal de la ciudad de Chachapoyas, 2019*[Tesis de licenciatura.Universidad Nacional Toribio Rodriguez deMendoza de Amazonas]. Chachapoyas, Perú.
- Sheppard, D. (1997). *El Desempleo y el Futuro del Trabajo*. España: Sal Terrae.



- Trachana, A. (2021). *La evolución de la forma del espacio público*. (B. d. S.A., Ed.) Buenos Aires: Novuco.
- Uribe, J., Ortiz, C., & Castro, J. (2006). Una teoría general sobre la informalidad laboral. *Economía y desarrollo*, 5(2).
- Vargas, Z. (2009). *LA INVESTIGACIÓN APLICADA: UNA FORMA DE CONOCER LAS REALIDADES CON EVIDENCIA*. Costa Rica. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/440/44015082010.pdf>
- Venzor, A. O. (2004). *El reto de la Informalidad y la Pobreza moderada*. Mexico: IBERGOP-Mexico.
- Zavaleta, F. A. (2018). *El Comercio informal ambulatorio y sus efectos en el deterioro del espacio público de la avenida España del distrito de Trujillo, 2017* [Tesis de Maestría, Universidad Cesar Vallejo]. Repositorio Institucional. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/11782/torres_zf.pdf?sequence=1&isAllowed=y



ANEXOS



MATRIZ DE CONSISTENCIA

FACTORES DE COMERCIALIZACION QUE INFLUYEN EN EL NIVEL DE PRODUCCION DE PRODUCTOS LACTEOS EN EL DISTRITO DE LLALLI, PROVINCIA DE MELGAR-PUNO

Enfoque: Cuantitativo. **Método:** Deductivo. **Tipo:** Aplicada. **Nivel:** Explicativo -Descriptivo. **Diseño:** No experimental – transversal. **Técnica:** Encuesta Instrumento: Cuestionario. **Población:** Productores de leche (lácteos). **Muestra:** Productores de leche (lácteos)

PROBLEMA	HIPÓTESIS	OBJETIVOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cuáles son los factores de la comercialización que influyen en los niveles de producción de productos lácteos en el Distrito de Llallí, provincia de Melgar -Puno?</p> <p>PROBLEMA ESPECÍFICO ¿Cómo es la situación del mercado y canales de comercialización la comercialización de productos lácteos en el Distrito de Llallí, Provincia de Melgar - Puno?</p> <p>¿Cuál es el tamaño del productor en la que se encuentra los productores de leche en el Distrito de Llallí, provincia de Melgar - Puno?</p> <p>¿Cómo es el nivel de producción de productos lácteos en el Distrito de Llallí, Provincia de Melgar - Puno</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL Los factores de la comercialización que influyen en los niveles de producción de productos lácteos en el Distrito de Llallí, Provincia de Melgar-Puno, es el tamaño productor.</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICA La situación del mercado y canales de comercialización de productos lácteos en el Distrito de Llallí, Provincia de Melgar-Puno, es deficiente.</p> <p>El tamaño del productor en la que se encuentran los productores de leche en el Distrito de Llallí, Provincia de Melgar – Puno, es productor pequeño.</p> <p>El nivel de producción de productos lácteos en el Distrito de Llallí, Provincia de Melgar – Puno, es mayormente para la producción de quesos.</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar los factores de comercialización que influyen en el nivel de producción de productos lácteos en el Distrito de Llallí, Provincia de Melgar – Puno.</p> <p>OBJETIVO ESPECÍFICO Encontrar la situación del mercado y canales de comercialización de productos lácteos en el Distrito de Llallí, Provincia de Melgar-Puno.</p> <p>Encontrar el tamaño del productor en la que se encuentra los productores de leche en el Distrito de Llallí, Provincia de Melgar – Puno.</p> <p>Encontrar el nivel de producción de productos lácteos en el Distrito de Llallí, Provincia de Melgar – Puno.</p>	<p>VI. COMERCIALIZACIÓN</p> <p>VD. NIVELES DE PRODUCCIÓN</p>	<p>Mercado</p> <p>Canales de comercialización</p> <p>Estrategias de marketing</p> <p>Tamaño productor</p> <p>producción de leche</p> <p>Derivado de queso</p> <p>Derivado Yogurt</p>	<p>0= No existe mercado para la venta de productos lácteos</p> <p>1= Si existe mercado para la venta de productos lácteos</p> <p>0=No vende a las plantas productoras</p> <p>1= Si vende a las plantas productoras</p> <p>(1-2-3-4-5=Muy malo – Muy bueno)</p> <p>Producto Precio Plaza Promoción</p> <p>Comparativamente es productor pequeño, mediano, gran productor = 1-2-3</p> <p>Cantidad en litros</p> <p>Variedad (Paria, mozzarella, otros.</p> <p>Cantidad en kilos</p> <p>Cantidad en litros</p>



MATRIZ DE DATOS

	p1	P2	P3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11
1	1	1	3	2	3	2	1	30	26	2	2
2	1	1	3	1	3	4	1	60	48	2	2
3	1	1	4	2	3	3	1	70	60	2	2
4	1	1	3	1	1	2	1	20	15	2	2
5	1	1	3	3	3	2	1	20	15	2	2
6	1	1	3	1	3	3	1	40	25	2	2
7	1	1	3	2	3	2	1	70	30	2	2
8	1	1	3	2	1	2	1	60	40	2	2
9	1	1	4	1	1	3	1	40	30	2	2
10	1	1	3	1	2	2	1	55	40	2	2
11	1	1	4	2	1	3	1	80	60	2	2
12	1	1	3	2	3	3	1	60	40	2	2
13	1	1	4	2	3	3	2	120	70	2	2
14	1	1	4	2	3	2	1	65	40	2	2
15	1	1	3	1	3	3	1	70	50	2	2
16	1	1	4	2	2	2	1	90	60	2	2
17	1	1	3	1	3	3	1	70	50	2	2
18	1	1	3	1	3	3	1	45	25	2	2
19	1	1	3	1	1	2	1	40	20	2	2
20	1	1	3	2	3	3	1	25	14	2	2
21	1	1	3	1	2	2	1	35	15	2	2
22	1	1	3	2	1	2	1	70	30	2	2
23	1	1	3	3	2	3	1	50	30	2	2

	p1	P2	P3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11
24	1	1	4	2	2	3	1	50	36	2	2
25	1	1	3	3	2	3	1	40	25	2	2
26	1	1	3	3	3	3	1	50	40	2	2
27	1	1	3	2	2	3	1	40	15	2	2
28	1	1	3	2	3	3	1	35	20	2	2
29	1	1	3	3	2	3	1	60	40	2	2
30	1	1	4	1	3	3	1	90	65	2	2
31	1	1	3	2	3	3	1	60	40	2	2
32	1	1	3	1	2	3	1	30	20	2	2
33	1	1	3	1	1	3	1	50	30	2	2
34	1	1	5	2	3	3	2	130	100	2	2
35	1	1	4	3	3	2	1	40	28	2	2
36	1	1	4	1	2	3	2	180	120	2	2
37	1	1	3	3	3	3	2	140	80	2	2
38	1	1	4	1	3	3	1	40	10	2	2
39	1	1	4	3	3	2	2	130	90	2	2
40	1	1	4	2	2	3	1	50	36	2	2
41	1	1	4	3	1	3	1	80	60	2	2
42	1	1	4	1	3	3	1	90	60	2	2
43	1	1	4	1	3	2	2	140	80	2	2
44	1	1	4	2	3	3	1	60	40	2	2
45	1	1	3	3	3	2	1	85	70	2	2
46	1	1	4	1	3	3	2	160	100	2	2

	p1	P2	P3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11
47	1	1	3	1	3	3	1	30	17	2	2
48	1	1	3	1	3	3	1	90	46	2	2
49	1	1	3	3	3	2	1	90	60	2	2
50	1	1	4	2	2	2	1	75	50	2	2



CUESTIONARIO

A continuación, se presenta una serie de preguntas para conocer el comportamiento de la comercialización y niveles de producción de productos lácteos en el distrito de Llallí, provincia de Melgar - Puno. Sus respuestas serán muy importantes para la investigación netamente académica en forma anónima.

Marque con una (X) en los recuadros que usted vea por conveniente y responda las preguntas abiertas según corresponda.

COMERCIALIZACIÓN

1. ¿Existe demanda en el mercado para la venta de los productos lácteos (leche)?

Si: No:

2. ¿Vende Ud. leche a las plantas procesadoras de queso? Si: No:

	Muy malo	Mal	Regular	Bueno	Muy bueno
3. ¿Cómo considera la calidad de leche que vende Ud.?	1	2	3	4	5
4. ¿Cómo considera Ud. el precio de leche por litro, que le pagan?	1	2	3	4	5
5. ¿Cómo lo considera Ud. al personal de recogedores /distribuidores de leche?	1	2	3	4	5
6. ¿Cómo considera Ud. la publicidad que podría realizar para la venta de leche?	1	2	3	4	5

7. Comparativamente ¿Cómo se considera Ud. como productor de leche en la zona del Distrito de Llallí?

Pequeño productor:..... Mediano productor:..... Gran productor:.....

NIVEL DE PRODUCCIÓN

8. ¿Cuántos litros de leche diario produce en temporada alta?.....Litros

9. ¿Cuántos litros de leche diario produce en temporada baja?.....Litros

10. Realiza Ud. ¿El procesamiento de queso? : Si..... No.....

11. ¿Cuántos kilos de queso diario, produce Ud.?..... Kilos

12. Realiza Ud. ¿El procesamiento de yogurt? : Si..... No.....

13. ¿Cuántos litros de yogurt diario, produce Ud.?.....Litros

“Muchas gracias por su colaboración”



FICHA DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTOS DE ACOPIO DE DATOS

JUICIO DE EXPERTOS

I. REFERENCIA:

- 1.1. Experto: Dña. Rosalva Acero Apaza
- 1.2. Especialidad: Business y Derecho
- 1.3. Cargo actual: Directora ATHG
- 1.4. Grado académico: Dña.

Escala de medición:

Autor de instrumento:

II. ASPECTO DE EVALUACIÓN

Nota: para cada criterio considerar la escala de 0.0 a 2.0 en donde:

CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALORACIÓN				
	Muy deficiente 0.0	Deficiente 0.1	Regular 1.0	Buena 1.5	Muy buena 2.0
1. CLARIDAD. Está escrito en lenguaje científico de fácil comprensión y es apropiado al tipo de investigación que se pretende realizar.			X		
2. OBJETIVIDAD. Está expresado en forma de indicadores observables o medibles.			X		
3. ACTUALIDAD. Los ítems corresponden a las formas actuales de formulación de instrumentos de investigación.			X		
4. ORGANIZACIÓN. La formulación de los ítems tiene una secuencia lógica según el tipo de indicadores que se quiere medir.			X		
5. COHERENCIA ESTRUCTURAL. La cantidad de ítems es correspondiente a la cantidad de indicadores QUE se quiere medir.			X		
6. COHERENCIA SEMÁNTICA. Los ítems se refieren a las incógnitas de los problemas de investigación o al sentido de investigación.			X		
7. CONSISTENCIA TEÓRICA. Los ítems se sustentan en el marco teórico que se asume en la investigación.			X		
8. METODOLOGÍA. Este instrumento corresponde a la técnica de investigación apropiada para recoger datos confiables.			X		
9. ESTRUCTURA FORMAL. El instrumento contiene todos los instrumentos básicos.			X		
10. ORIGINALIDAD. El instrumento es elaborado por el autor o de lo contrario se menciona la fuente.			X		

III. RESOLUCIÓN

- a. Aprobado (C= 75%) ()
- b. Desaprobado (C= 25%) ()

[Firma]
Experto

Nº de DNI: 01324434

Nº de celular: 990227485

Juliaca, 15 de junio del 2023



EVIDENCIAS DE RECOJO DE DATOS







ANEXO 1
FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN

AUTORIZACIÓN PARA LA INCORPORACIÓN DE LOS
TRABAJOS DE INVESTIGACIÓN
EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL UANCV

Formato digital

Fecha de entrega: 02-09-2024

1. Datos del autor (es):

Nombres y Apellidos: Koplen Aderly Garmarena Anaujo

Dirección: Jinon Ayacucho N° 210 Ayacucho

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: 72368952

Teléfono: 918454201 email: garmarenakoplen@gmail.com

Nombres y Apellidos: _____

Dirección: _____

DNI/Carné de Extranjería/Pasaporte N°: _____

Teléfono: _____ email: _____

Facultad y/o Escuela de Posgrado: Ciencias Administrativas

Escuela Profesional o Mención: Administración y Negocios Internacionales

Título o Grado Académico a optar: Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Asesor: DR. Santo Tomas Germaco Aguilar Panto

Esta obra se encuentra dentro de las siguientes denominaciones:

Trabajo de Investigación Tesis Trabajo de Suficiencia Profesional Trabajo Académico

Título: Factores de Comercialización que influyen en el Nivel de Producción de Productos Lácteos en el Distrito de Plail, provincia de Melgar-Puno

Palabras claves, (3 a 5 términos): Negocio, Calidad, Servicio

¿Esta obra se desarrolló en la UANCV ^{1,2}?

¹ Indicar si su producción intelectual ha empleado recursos tales como, instalaciones, laboratorios, insumos, equipos, bases de datos, asesoría técnica por parte del personal de la UANCV, financiamiento, entre otros relacionados.

² Si su producción intelectual se desarrolló en la UANCV totalmente o parcialmente, deberá autorizar el depósito en el Repositorio de manera obligatoria.



2. Referencia de tesis:

Bachiller Título 2da Especialidad Maestría Doctorado

3. Licencias:

a) Licencia estándar:

Bajo los siguientes términos, autorizo el depósito de mi tesis en el Repositorio Digital de la UANCV.

Con la autorización de depósito de mi producción Intelectual, otorgo a la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" una licencia no exclusiva para reproducir, distribuir, comunicar al público, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público mi producción intelectual (incluido el resumen), en formato físico o digital, en cualquier medio, conocido o por conocerse, a través de los diversos servicios por la Universidad, creados o por crearse, tales como el Repositorio Digital de tesis UANCV, colección de producción intelectual, entre otros, en el Perú y en el extranjero por el tiempo y veces que considere necesarias, y libres de remuneraciones.

En virtud de dicha licencia, la Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" podrá reproducir mi producción intelectual en cualquier tipo de soporte y en más de un ejemplar, sin modificar su contenido, solo con propósitos de seguridad, respaldo y preservación.

Declaro que la producción intelectual es una creación de mi autoría y exclusiva titularidad, coautoría con titularidad compartida, y me encuentro facultado a conceder la presente licencia y, asimismo, garantizo que dicha producción intelectual no infringe derechos de autor de terceras personas.

La Universidad Andina "Néstor Cáceres Velásquez" consignará el nombre del y/o los autor(es) de la producción intelectual, y no le hará ninguna modificación más que la permitida en la licencia.

Autorizo su publicación (marque con una X)

Sí, autorizo que se deposite inmediatamente.
 Sí, autorizo que se deposite a partir de la fecha (d/m/a): _____
 No autorizo.

b) Licencia CREATIVE COMMONS 4.0 INTERNACIONAL:

Si usted concede una licencia CREATIVE COMMONS sobre su producción intelectual, mantiene la titularidad de los derechos de autor de esta y, a la vez, permite que otras personas puedan reproducirla, comunicarla al público y distribuir ejemplares de esta, bajo las condiciones siguientes:

¿Quiere permitir usos comerciales de su producción intelectual?

Sí: significa que usted permite la reproducción, distribución y comunicación pública de la producción intelectual incluso con fines comerciales.

No: significa que usted permite la reproducción, y comunicación pública de la producción intelectual, pero sin fines comerciales.

Sí autorizo
 No autorizo



Jurisdicción de su Licencia

Todas las licencias CREATIVE COMMONS son de ámbito mundial, sin embargo, usted puede elegir entre la opción "internacional" o una adaptada a su jurisdicción, como para el caso peruano.

La opción "internacional" emplea el lenguaje y la terminología de los tratados internacionales; en cambio, la adaptada a su jurisdicción, recoge las particularidades de la legislación peruana.

En consecuencia, **la opción "internacional" goza de una mayor eficacia a nivel mundial, gracias a que tiene jurisdicción neutral.** Mientras que la opción adaptada a la jurisdicción del Perú **goza de una mayor eficacia ante los tribunales peruanos.**

- Internacional
- Nacional

Línea de investigación: Actividad Económica (S304 - UNESCO)

Firma de Autor



huella digital

02 de Septiembre de 2024

Fecha