

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

“ANÁLISIS DE LA GESTIÓN COMERCIAL EN LA
EMPRESA SPECIALIZED REEFER LOGISTICS SAC,
DEPARTAMENTO DE LIMA, DISTRITO SAN
ISIDRO, 2024”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciado en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

MARIO ANTONIO JUNIOR CALLE ÑIQUEN

Asesor:

Mg. MARIA OLIVIA PACHAS FUENTES

Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2226-240X>

Lima - Perú

2025

JURADO EVALUADOR

Jurado Presidente(a)	1	GISELA ANALY FERNANDEZ HURTADO
		Nombre y Apellidos

Jurado 2		GUILLERMO JUNIORS MORALES BENAVIDES
		Nombre y Apellidos

Jurado 3		MARIA OLIVIA PACHAS FUENTES
		Nombre y Apellidos

Informe de Similitud



Página 2 of 76 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trn:oid:::1:3273630310




12% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Texto citado
- ▶ Texto mencionado
- ▶ Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Fuentes principales

- 12%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 4%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Dedicatoria

La presente investigación es dedicada a mi familia, principalmente a mis padres,
hermanos y enamorada, quienes me apoyaron de forma incondicional y me motivaron
desde el inicio de esta investigación.

Agradecimiento

Agradecer principalmente a Dios por ayudarme a dar un paso más en mi carrera profesional. También, a mi asesora, María Pachas, quién estuvo a cada momento apoyándome para culminar este trabajo.

Tabla de contenido

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE FIGURAS	10
RESUMEN	11
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Justificación	15
1.2.1. Justificación teórica	15
1.2.2. Justificación Metodológica	15
1.2.3. Justificación Práctica	15
1.3. Antecedentes	16
1.3.1. Antecedentes Internacionales	16
1.3.2. Antecedentes Nacionales	19
1.4. Bases Teóricas	24
1.5. Formulación del problema	30

1.5.1.	Problema General	30
1.5.2.	Problema Específicos	30
1.6.	Objetivos	30
1.6.1.	Objetivo general	30
1.6.2.	Objetivo Específicos	30
1.7.	Hipótesis	31
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA		31
2.1.	Tipo y diseño de investigación	32
2.2.	Población y muestra	33
2.2.1.	Población	33
2.2.2.	Muestra	33
2.3.	Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	35
2.3.1.	Técnica	35
2.3.2.	Instrumento	35
2.3.3.	Validez del instrumento	35
2.4.	Procedimientos de recolección de datos	36
2.5.	Análisis	37
2.6.	Aspectos éticos	37
CAPÍTULO III: RESULTADOS		38
3.1.	Descripción de resultado	38
3.2.	Tabla de resultados	39

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	51
4.1. Limitaciones	51
4.2. Interpretaciones comparativas	52
4.3. Implicancias	55
4.4. Conclusiones	56
REFERENCIAS.	59
ANEXOS	63

Índice de tablas

Tabla 1	Tabla de relación de entrevistados.....	34
Tabla 2	Entrevista sobre la formulación de misión y visión.....	39
Tabla 3	Entrevista sobre el análisis del entorno	40
Tabla 4	Entrevista sobre el diseño de estrategias	41
Tabla 5	Entrevista sobre la tarifa basada en costos	42
Tabla 6	Entrevista sobre condiciones de la competencia para tarifas.....	43
Tabla 7	Entrevista sobre la negociación de tarifas	44
Tabla 8	Entrevista sobre clientes potenciales	45
Tabla 9	Entrevista sobre captación de clientes	46
Tabla 10	Entrevista sobre adaptación de servicios	47
Tabla 11	Entrevista sobre el servicio de calidad.....	48
Tabla 12	Entrevista sobre los canales de comunicación con clientes.....	49
Tabla 13	Entrevista sobre los Reclamos de clientes	50

Índice de figuras

Figura 1 Perú: Evolución de las exportaciones de productos agrícolas orgánicos .	14
Figura 2 Proceso de elaboración del plan estratégico.....	26
Figura 3 Composición del mercado potencial	28
Figura 4 Perspectiva interna y externa de evaluación de la calidad	29

RESUMEN

La investigación se realizó con la finalidad de describir las características de la gestión comercial en la empresa Specialized Reefer Logistics S.A.C. El estudio se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental. Se aplicaron entrevistas a 4 trabajadores estratégicos de la empresa con 12 preguntas con la finalidad de obtener información directa sobre los procesos comerciales.

Los resultados indican que la empresa orienta su gestión comercial hacia su misión y visión institucional, quienes guían la formulación de estrategias comerciales. Además, factores del entorno como el económico, político y ambiental influyen en su desempeño logístico. En cuanto a la fijación de precios, esta se determina a partir de los costos operativos y se ajusta en función al tipo de cliente. Para captar nuevos clientes, se aprovecha la alianza con la naviera Seatrade. Finalmente, la gestión al cliente se caracteriza por una atención personalizada, canales de comunicación constantes y un sistema ágil para resolver reclamos.

Se concluye que la gestión comercial de la empresa es funcional y dinámica, adaptándose a las necesidades del cliente y entorno, aunque presenta oportunidades de mejora en planificación a largo plazo y expansión de mercado.

PALABRAS CLAVES: Gestión comercial, planificación estratégica, fijación de precios, mercado potencial, gestión al cliente.

NOTA

El contenido de la investigación no se encuentra disponible en **acceso abierto** por determinación de los propios autores, en concordancia con en el Texto Integrado del Reglamento RENATI (artículo 12), la Directiva N°048-2020-CONCYTEC-P que regula el Repositorio Nacional Digital de Ciencia, Tecnología e Innovación de Acceso Abierto (ALICIA) administrado por el pliego Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica - CONCYTEC y la Ley N° 29733, Ley de Protección de Datos Personales.

Referencias.

Báez, J., & De Tudela, P. (2006). Investigación cualitativa. Recuperado

de: https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=7lVYmVI96F0C&oi=fnd&pg=PA20&dq=investigaci%C3%B3n+cualitativa&ots=PgVoDrNcS_&sig=LgWWTqLZhsXnTu_NK8bU146p-lg&redir_esc=y#v=onepage&q=fenomenol%C3%B3gico&f=false

Brenes, L. (2002). Gestión de Comercialización. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=r1YoZo-FFF8C&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Calatayud (2021). Logística en América Latina y el Caribe: oportunidades, desafíos y líneas de acción. Recuperado de:

<https://publications.iadb.org/en/publications/spanish/viewer/Logistica-en-America-Latina-y-el-Caribe-Oportunidades-desafios-y-lineas-de-accion.pdf>

Castelló, E. (2007). Gestión comercial de servicios financieros. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=67pCrYQ5MUcC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Centro de investigación de economía y negocios globales (2024). Julio 2024: Exportación de Productos Agrícolas Orgánicos. Recuperado de:

<https://www.cien.adexperu.org.pe/julio-2024-exportacion-de-productos-agricolas-organicos/>

Chiesa, C., Villanueva, J., Osuna, I., Salazar, R., & Tordera, J. (2010). ¿Que está cambiando en la gestión comercial? 1ª Encuesta sobre la gestión de las redes comerciales en

España. Recuperado de: [chrome-](#)

[extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://www.iese.edu/media/research/pdfs/ESTUDIO-118.pdf0](#)

Clarke-Bloomfield, M., Cisneros-Arias, Y., & Paneca-González, Y. (2018). Gestión

Comercial: diagnóstico del atractivo y rentabilidad del punto de ventas. *Ciencias*

Holguín, 24(4), 11-25. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/journal/1815/181557161002/181557161002.pdf>

Comexperú (2024) Exportaciones agrícolas crecieron un 23.2% en enero de 2024. Recuperado

de: <https://www.comexperu.org.pe/articulo/exportaciones-agricolas-crecieron-un-232-en-enero-de-2024>

De Carlos, F. (2008). Sistematización de la función comercial como integrar con éxito su estrategia corporativa y su plan de acción comercial. Recuperado de:

<https://books.google.com.pe/books?id=uZMW1DoEfGMC&pg=PA11&dq=gesti%C3%B3n+comercial+definici%C3%B3n&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwiQgpiaxfryAhUOppUCHSsUBYA4ChDoAXoECAIQAg#v=onepage&q=gesti%C3%B3n%20comercial%20definici%C3%B3n&f=false>

Herreros S. & Saade M. (2023) La facilitación del comercio en América Latina y el Caribe:

formalidades, infraestructura y logística. Recuperado de:

<https://repositorio.cepal.org/items/75743c30-937d-4b1e-86d1-4410996914ce>

López-Fresno, P. (2014). Cómo gestionar las reclamaciones de sus clientes. Recuperado de:

<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/en/lc/upnorte/titulos/53599>

López-Pinto, B. (2001). La esencia del marketing. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=cOWeCe4pYNgC&oi=fnd&pg=PA2&dq=La+esencia+del+marketing&ots=aV6qEoNkxd&sig=7br61aS-K4zlvTSsmkVv-2Y18IE&redir_esc=y#v=onepage&q=mercado%20potencial&f=false

Muñoz, C. (2015) Metodología de la Investigación. Recuperado de:

<https://issuu.com/malurojas19/docs/56-metodologia-de-la-investigacion-carlos-i.-munoz>

Novoa Ramírez, E. & Mejía Mejía, E. (2014). Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis: (4 ed.). Recuperado de:

<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/en/lc/upnorte/titulos/70230>

Ponce, J, (2027). La gestión comercial y su influencia en el crecimiento de las PYMES

hoteleras de Manabí. Recuperado de:

<https://www.redalyc.org/journal/5885/588562207005/>

Prieto Herrera, J. E. (2013). Investigación de mercados: (2 ed.). Recuperado de:

<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/en/lc/upnorte/titulos/69269>

Restrepo Torres, M. L. (2015). Kapital Cliente: la rentable gestión de clientes. Recuperado de:

<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/en/lc/upnorte/titulos/222456>

Rivera, J. & De Garcillán, M. (2007). Dirección de marketing. Fundamentos y aplicaciones.

Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=NTR1DkBBIW8C&pg=PA122&dq=Mercado+potencial+definici%C3%B3n&hl=es-419&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&ved=2ahUKEwi7h_22jeaGaxXQHbkGHV5oBzgQ6AF6BAgKEAI#v=onepage&q=Mercado%20potencial%20definici%C3%B3n&f=false

Rojas López, M. D. (2011). Planeación estratégica: fundamentos y casos. Recuperado de:

<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/en/lc/upnorte/titulos/70197>

Ruiz Conde, E. (2013). Dirección de marketing: variables comerciales. Recuperado de:

<https://elibro.bibliotecaupn.elogim.com/es/ereader/upnorte/42795?page=1>

Sainz de Vicuña, J. (2003). El plan estratégico en la práctica. Recuperado de:

https://books.google.com.pe/books?id=CHC8pAtauOQC&printsec=frontcover&dq=planificaci%C3%B3n+estrategica+definici%C3%B3n&hl=es-419&newbks=1&newbks_redir=0&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=planificaci%C3%B3n%20estrategica%20definici%C3%B3n&f=false