



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

TESIS
**"GESTIÓN LOGÍSTICA Y COMPETITIVIDAD EN
MYPES DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE
MUEBLES, TACNA – 2019"**

**PRESENTADO POR:
BACH. MARIAN ELAINE CHURA CHANA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN
ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**ASESOR:
MG. EDUARDO YGNACIO ARRAYA CELIS**

TACNA – PERÚ

2021

DEDICATORIA

A Dios , a mis padres, a mi mamá que desde el cielo me ha guiado para luchar por mis sueños, a mi esposo quién me apoyo de manera incondicional y en especial a mi hija por darme la fortaleza para seguir.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios por darme los instrumentos que me llevaron a la realización de mi tesis. Eterno agradecimiento y gratitud a quién en vida fue mi madre, con su amor, dedicación y consejos me han ayudado a seguir adelante. Finalmente, a mi familia por su apoyo y comprensión.

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objetivo determinar la influencia de la gestión logística en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019. Para lo cual, se realizó una investigación de corte transversal no experimental, empleando como instrumento el cuestionario para una muestra de 30 unidades de estudio. Se hizo uso de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk y el estadístico de correlación de Spearman para determinar el grado de relación entre ambas variables y sus dimensiones. Los resultados mostraron que existe influencia significativa alta ($\rho = .973$; $p < .05$) entre la gestión logística y la competitividad, de la misma forma entre esta última variable y la dimensión procesos de aprovisionamiento ($\rho = .888$; $p < .005$), la dimensión procesos de almacén ($\rho = .973$; $p < .05$), dimensión procesos de distribución ($\rho = .918$; $p < .05$) y la dimensión procesos de servicio al cliente ($\rho = .918$; $p < .05$).

Palabras clave: Gestión logística, competitividad, aprovisionamiento, almacén, distribución, servicio al cliente.

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
RESUMEN.....	iv
ÍNDICE GENERAL.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	ix
INTRODUCCIÓN	x
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción de la realidad problemática	1
1.2. Delimitación de la investigación	3
1.2.1. Delimitación espacial.....	3
1.2.2. Delimitación social	3
1.2.3. Delimitación temporal.....	3
1.2.4. Delimitación conceptual	3
1.3. Problema de investigación.....	4
1.3.1. Problema principal	4
1.3.2. Problemas secundarios.....	4
1.4. Objetivos de la investigación.....	4
1.4.1. Objetivo general	4
1.4.2. Objetivos secundarios.....	5
1.5. Justificación e importancia de la investigación	5
1.5.1. Justificación de la investigación	5
1.5.2. Importancia de la investigación	6
1.5.3. Limitaciones	7

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	8
2.1. Antecedentes de la investigación.....	8
2.1.1. Antecedentes internacionales	8
2.1.2. Antecedentes nacionales	9
2.2. Bases teóricas	12
2.2.1. Gestión logística.....	12
2.2.2. Competitividad	15
2.3. Definición de términos básicos.....	17
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	19
3.1. Hipótesis	19
3.1.1. Hipótesis general.....	19
3.1.2. Hipótesis secundarias	19
3.2. Variables de la investigación.....	20
3.2.1. Definición conceptual	20
3.2.2. Definición operacional	20
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	22
4.1. Tipo y nivel de investigación	22
4.1.1. Tipo de investigación.....	22
4.1.2. Nivel de investigación.....	22
4.2. Método y diseño de la investigación	22
4.2.1. Método de investigación.....	22
4.2.2. Diseño de la investigación.....	23
4.3. Población y muestra de la investigación	23
4.3.1. Población	23
4.3.2. Muestra	24
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	25
4.4.1. Técnicas.....	25

4.4.2. Instrumentos	25
CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS	26
5.1. Análisis de fiabilidad.....	26
5.2. Análisis descriptivo.....	28
5.2.1. Gestión logística.....	28
5.2.2. Competitividad	37
5.3. Análisis inferencial	44
5.3.1. Prueba de normalidad	44
5.3.2. Pruebas de hipótesis.....	44
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	53
CONCLUSIONES	55
SUGERENCIAS.....	57
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58
ANEXOS	62
Anexo 01: Matriz de consistencia	62
Anexo 02: Instrumento de medición.....	64

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	<i>Cuadro de operacionalización de variables</i>	20
Tabla 2	<i>MYPES del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa</i>	24
Tabla 3	<i>Interpretación del coeficiente de confiabilidad</i>	26
Tabla 4	<i>Resumen procesamiento de casos – Gestión logística</i>	27
Tabla 5	<i>Alfa de Cronbach – Gestión logística</i>	27
Tabla 6	<i>Resumen procesamiento de casos - Competitividad</i>	27
Tabla 7	<i>Alfa de Cronbach - Competitividad</i>	27
Tabla 8	<i>Nivel de la variable gestión logística</i>	28
Tabla 9	<i>Nivel de la dimensión aprovisionamiento</i>	29
Tabla 10	<i>Análisis descriptivo - aprovisionamiento</i>	30
Tabla 11	<i>Nivel de la dimensión almacén</i>	31
Tabla 12	<i>Análisis descriptivo - almacén</i>	32
Tabla 13	<i>Nivel de la dimensión distribución</i>	33
Tabla 14	<i>Análisis descriptivo - distribución</i>	34
Tabla 15	<i>Nivel de la dimensión servicio al cliente</i>	35
Tabla 16	<i>Análisis descriptivo - servicio al cliente</i>	36
Tabla 17	<i>Nivel de la variable competitividad</i>	37
Tabla 18	<i>Nivel de la dimensión condiciones de la demanda</i>	38
Tabla 19	<i>Análisis descriptivo - condiciones de la demanda</i>	39
Tabla 20	<i>Nivel de la dimensión calidad del producto</i>	40
Tabla 21	<i>Análisis descriptivo - calidad del producto</i>	41
Tabla 22	<i>Nivel de la dimensión innovación</i>	42
Tabla 23	<i>Análisis descriptivo - innovación</i>	43
Tabla 24	<i>Prueba de normalidad</i>	44
Tabla 25	<i>Prueba estadística hipótesis general</i>	45
Tabla 26	<i>Prueba estadística hipótesis específica 1</i>	47
Tabla 27	<i>Prueba estadística hipótesis específica 2</i>	48
Tabla 28	<i>Prueba estadística hipótesis específica 3</i>	50
Tabla 29	<i>Prueba estadística hipótesis específica 4</i>	51

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Nivel de la variable gestión logística	28
Figura 2. Nivel de la dimensión aprovisionamiento	29
Figura 3. Nivel de la dimensión almacén	31
Figura 4. Nivel de la dimensión distribución	33
Figura 5. Nivel de la dimensión servicio al cliente.....	35
Figura 6. Nivel de la variable competitividad.....	37
Figura 7. Nivel de la dimensión condiciones de la demanda.....	38
Figura 8. Nivel de la dimensión calidad del producto	40
Figura 9. Nivel de la dimensión innovación.....	42

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se llevó a cabo en el distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa. Con motivo de realizar el estudio “GESTIÓN LOGÍSTICA Y COMPETITIVIDAD EN MYPES DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES, TACNA – 2019”. En la actualidad, la gestión logística juega un papel importante en la consecución de los objetivos de negocio de cualquier empresa dentro del mercado en el cual participa, siendo uno de los principales ingredientes de éxito de casi cualquier empresa o modelo de negocio.

Por ello la investigación consta de los siguientes capítulos: En el primer capítulo se hace mención a los antecedentes de la investigación, tales como la problemática, la justificación, los objetivos, entre otros planteados para el estudio. El segundo capítulo se encuentra relacionado al desarrollo del fundamento teórico y los antecedentes de investigación necesarios para entender el ámbito de desarrollo de la investigación. En el tercer capítulo se establece las hipótesis y variables de estudio.

El cuarto capítulo se relaciona con el marco metodológico, contiene el diseño de investigación, población y muestra, materiales e instrumentos, y el procedimiento de tratamiento de datos. En el quinto capítulo se exponen los resultados hallados en la investigación representados a través de tablas y figuras de estadística descriptiva e inferencial. En el sexto capítulo, se realiza una comparación entre los resultados obtenidos en la presente investigación junto con otros logrados de investigaciones previas. Finalmente se presentan las conclusiones y sugerencias, finalizando con las referencias bibliográficas y los anexos.

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

Las MYPES, en la actualidad, son de vital importancia para la economía de nuestro país, tiene una participación del 40% en el PBI, y un 80% en la oferta laboral, además de generar autoempleo. Esta situación no solo sucede en suelo patrio, las microempresas representan una parte importante en la fuerza laboral en muchos países y constituye en sí misma al centro de la actividad económica. Las microempresas son fabricantes, proveedoras de servicios y minoristas que constituyen gran parte de la economía, en su función de compradores y vendedores; no sólo generan empleos, sino contribuyen al crecimiento económico de toda América Latina. (Sánchez, 2014)

Las pequeñas y microempresas, inclusive con sus deficiencias estructurales, aún juegan un papel preponderante en el proceso de crecimiento económico de la ciudad de Tacna. Sus procesos productivos requieren mejoras para lograr responder a las exigencias del mercado, pero a pesar de ello han logrado abrirse paso en un terreno lleno de dificultades, tales como las aperturas de los mercados y los TLC. (Gomero, 2015)

De acuerdo a Gomero (2015), los emprendimientos, sin distinción de categoría, son empresas que deben auto sostenerse en el tiempo, por ello se requiere implementar una serie de acciones que les permita maximizar sus beneficios, o en el peor de los casos, evitar las pérdidas continuas. Se requiere de una correcta gerencia, responsabilidad en el

manejo de los recursos, en la visión de mercado, mejora de procesos que con el pasar del tiempo se convertirá en mayores indicadores de competitividad.

Cerca de nueve (9) millones de peruanos poseen un vínculo con algún tipo de actividad emprendedora, de los cuales únicamente el 75% ha logrado subsistir de dos a cuatro años en el mercado y el 25% ya desaparecieron del mundo empresarial, de este último sólo casi el 3% perteneciente a algún emprendimiento, innovación o creación de nuevas ofertas ligado al sector vitivinícola. Estas cifras logran evidenciar la imperante necesidad de identificar los factores que limitan el crecimiento y desarrollo empresarial de las MYPES, de tal manera que se pueda lograr un mayor porcentaje de empresas consolidadas en el Perú, en especial del sector vitivinícola (Quineche, 2018).

Con esta óptica, los gobiernos locales, regionales y nacionales se han constituido en las principales instancias para la promoción de programas y esfuerzos público – privados para incentivar el crecimiento de las MYPES a través de diferentes estrategias como asesorías de desarrollo empresarial, capacitación, entre otros. Sin embargo, aún no se logra identificar a cabalidad en qué punto se logra sostener el crecimiento y bajo qué condiciones se tienen éxito en el mercado de las MYPES del sector fabricación y comercialización de muebles.

Es por tales razones que la gestión desempeña un rol importante, pues de su eficiencia, como resultado de una adecuada dirección y las estrategias que se utilicen, dependerá el logro de resultados positivos. De allí que uno de los aspectos fundamentales en cualquier tipo de empresa es la gestión empresarial porque busca, mediante las personas mejorar la productividad y competitividad de las empresas o negocios. Contar con las herramientas de gestión adecuadas será un factor clave para alcanzar los objetivos a corto, mediano y largo plazo. (Gonzales, 2014)

Los problemas que se han podido observar en las MYPES del sector fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, es que afrontan dificultades relacionadas a la falta de control de stocks, menospreciar el costo de la no planificación, organización de inventario, abastecimiento, compras de insumos, administración de la demanda, entre otros. Es por todo esto que se considera que la actividad logística está asumiendo una importancia creciente en las funciones de las MYPES, pasando a ser un factor determinante en el camino para la mejora continua de las empresas, además de ser una herramienta competitiva que logra diferenciarlos del resto de empresas de su entorno.

1.2. Delimitación de la investigación

1.2.1. Delimitación espacial

Esta investigación será desarrollada en el Distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa de la provincia de Tacna.

1.2.2. Delimitación social

La investigación se realizará con los representantes de las MYPES pertenecientes al rubro de fabricación y comercialización de muebles.

1.2.3. Delimitación temporal

El desarrollo de la investigación será llevado a cabo en los meses de enero y febrero del año 2019.

1.2.4. Delimitación conceptual

La investigación comprende dos variables: la gestión logística y la competitividad de las Mypes del rubro fabricación y comercialización de muebles.

1.3. Problema de investigación

1.3.1. Problema principal

¿Cuál es la influencia de la gestión logística en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019?

1.3.2. Problemas secundarios

¿Cuál es la influencia del aprovisionamiento en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019?

¿Cuál es la influencia de la producción en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019?

¿Cuál es la influencia de la distribución en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019?

¿Cuál es la influencia del servicio al cliente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019?

1.4. Objetivos de la investigación

1.4.1. Objetivo general

Determinar la influencia de la gestión logística en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

1.4.2. Objetivos secundarios

Establecer la influencia del aprovisionamiento en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

Determinar la influencia de la producción en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

Definir la influencia de la distribución en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

Especificar la influencia del servicio al cliente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

1.5. Justificación e importancia de la investigación

1.5.1. Justificación de la investigación

1.5.1.1. Justificación teórica

Las conclusiones que se logren generar a través de la investigación de la Gestión Logística y la Competitividad servirán de soporte y fuente de información para posteriores investigaciones, puesto que se recopilará, ampliará y estudiará conceptos y definiciones en base a planteamiento teóricos propuestos por autores de reconocida trayectoria y estudiosos del tema, con la finalidad de establecer la relación entre ambas variables, resultando en información actualizada y relevante para estudiantes y profesionales interesados en el tema.

1.5.1.2. Justificación metodológica

Resulta importante que partiendo de un correcto sustento teórico realizar la selección del modelo de diagnóstico más oportuno para los objetivos del presente estudio. El modelo de investigación servirá de referencia para posteriores estudios, comprendiendo la aplicación de cuestionarios y técnicas de procesamiento de datos que servirán de antecedentes para el desarrollo de posteriores trabajos de investigación, debido que actualmente la gestión logística desempeña un rol importante en las empresas a nivel nacional.

1.5.1.3. Justificación práctica

Los resultados que se obtendrán de la presente investigación beneficiarán directamente a las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, puesto que podrá permitir a los empresarios el inicio de un proceso de diagnóstico, evaluación y mejoras; logrando visualizar los puntos críticos concernientes a la gestión logística y de esta forma implementar acciones que mejoren cada una de las operaciones y procesos que la realiza, para incrementar sus resultados, conseguir índices superiores de satisfacción de los clientes internos y externos, incrementando la productividad a través de la mejora de procesos, logrando una gestión logística de calidad para mejorar la competitividad.

1.5.2. Importancia de la investigación

Tanto las pequeñas como medianas y grandes empresas se enfrentan día a día con diferentes dificultades en lo correspondiente a la logística y se ven afectadas por una inadecuada gestión de las actividades u operaciones de la misma. Por tanto, la investigación

es importante para los empresarios dueños de Mypes de fabricación y comercialización de muebles debido a que permitirá ampliar los conocimientos de manera concreta y certera que ayudará a mejorar sus procesos y tomar mejores decisiones en beneficio de los clientes internos y externos de las empresas.

1.5.3. Limitaciones

Entre las limitaciones que deberá de afrontar el desarrollo de la presente investigación, se encuentra la actual situación social por la pandemia del COVID-19 que en determinados aspectos pudo afectar a las empresas inicialmente consideradas como parte de la investigación reduciendo sus índices de producción, gestión logística, ventas y demás que pueden afectar los resultados que se buscan obtener del estudio. Además de la negativa de participación de los representantes y/o directivos de las empresas de fabricación y comercialización de muebles.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. *Antecedentes internacionales*

Vargas (2006) en la tesis “Estrategias de innovación en la gestión logística de las pequeñas y medianas empresas. Caso de estudio: Comercio minorista de ropa” desarrollado en la ciudad de México D.F. Las conclusiones más importantes obtenidas de la investigación son: (a) Los retos que deben adoptar los involucrados en el sector, independientemente de la posición que ocupen, deberán estar encaminados a cumplir con la “satisfacción total del cliente”. (b) Hay que conocer mejor al nicho de mercado al que se esté dedicado. (c) Manejar aprovisionamientos en lotes más pequeños con frecuencia alta, muy por el contrario de cómo se ha venido haciendo tradicionalmente, que es llenar la tienda con una gran diversidad de productos una o dos veces por mes.

Cano et al (2014) en la investigación “*Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México*” desarrollado en el estado de Puebla – México. Los autores indican que la Pyme en México representa el 4.2% de las empresas, genera el 31.5% del empleo y aporta el 37% del Producto Interno Bruto; de ahí surge la importancia de fortalecer su posición competitiva en el mercado. Se llegó a la conclusión que: (a) Las empresas que tienen un buen desempeño logístico y que logran una ventaja competitiva están proporcionando un nivel de servicio superior a sus clientes. (b) El modelo de gestión logística para Pyme más adecuado a la realidad de México se compone de cuatro áreas: inventarios, almacenamiento, producción y distribución.

Pinzón (2015) en la investigación “La logística y la gestión de la cadena de suministro como estrategias de marketing: una perspectiva de la PyME de Aguascalientes” desarrollado en la ciudad de Aguascalientes – México. Se concluyó que: (a) En cuanto al rendimiento económico se concluye que en general las PyME tienen un nivel de servicio al cliente, una calidad de productos y una posición competitiva aceptables, pero que estas variables son mayores a medida en que se incrementa el tamaño de las empresas. (b) Respecto al nivel de competitividad los autores concluyen que el retorno de la inversión, las ventas y los créditos contratados en los tres últimos años no han sido muy buenos, lo cual genera un bajo nivel de competitividad entre las PyME asentadas en el estado de Aguascalientes.

Kirby y Brosa (2011) en el debate “*La logística como factor de competitividad de las Pymes en las Américas*” desarrollado por el Banco Interamericano de Desarrollo, como parte del V Foro de Competitividad de las Américas en Santo Domingo – República Dominicana. Se llegó a las siguientes conclusiones: (a) El sector de la logística es clave para garantizar la competitividad de las empresas de las Américas en general y de sus pymes en particular. (b) A pesar de las mejoras experimentadas en los últimos años, persisten problemas estructurales a nivel logístico que supone un freno a las exportaciones de las pymes de la región. (c) Para afrontar los problemas, se dispone de medidas eficaces ampliamente comprobadas, incluyendo acciones que pueden ser desarrollados desde las propias pymes o dentro de cada país.

2.1.2. Antecedentes nacionales

Sandoval (2017) en la tesis “Gestión logística para la competitividad en las Mypes del sector textil de la galería Moda Center del distrito de la Victoria - Lima, 2016” desarrollado en la ciudad de Lima. Se planteo una investigación aplicada, nivel

descriptivo y diseño no experimental. La conclusión a la que se llegó con la presente investigación fue: (a) Se logró identificar con un porcentaje del 44% que la gestión logística que aplican las Mypes es casi nunca la correcta. (b) En la dimensión aprovisionamiento, solo un 40% de las Mypes solo algunas veces realizan un proceso de aprovisionamiento. (c) En la dimensión producción, solo un 40% de las Mypes casi nunca realizan una producción adecuada. (d) En la dimensión distribución, solo un 44% de las Mypes algunas veces realizan una adecuada distribución de sus mercaderías. (e) En la dimensión servicio al cliente, el 48% de las Mypes brindan un pésimo servicio al cliente, es decir no existe una cultura de servicio al cliente.

Arellano y Hinostroza (2017) en la tesis “Incidencia de la gestión logística integral en la competitividad de las pymes caso: sector agregados y materiales de construcción en Tarma - período 2014” desarrollado en la ciudad de Tarma. Se planteó un estudio de tipo aplicado, de nivel descriptivo – explicativo, diseño no experimental – transversal. El instrumento sobre gestión logística obtuvo un alfa de 87.4 y el de competitividad 90.2%. Los resultados muestran que la gestión logística integral no tiene incidencia significativa en el nivel de competitividad de las Pymes del sector agregados y materiales de construcción en la ciudad de Tarma en el periodo 2014, con un R2 de 5.2% y un nivel de significancia del 0.501 mayor al 0.05 de la prueba.

Urday y Cebreros (2017) en la tesis “La gestión logística y su influencia en la competitividad en las PYMES del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra” desarrollado en la ciudad de Lima. Se empleo un enfoque cuantitativo, diseño no experimental – transversal. Se llegó a la conclusión que: (a) La gestión logística influye en la competitividad en las pymes del sector construcción

importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra, 2016. (b) El abastecimiento óptimo influye en la competitividad en las pymes con una correlación moderada de 0.442. (c) Los costos de los procesos influye en la competitividad en las pymes con una correlación moderada de 0.356. (d) La información integrada de las organizaciones influye en la competitividad en las pymes con una correlación moderada de 0.590.

Rodriguez (2019) en la tesis *“Gestión logística y competitividad de las Mypes del sector construcción, distrito de San Marcos, provincia de Huari, 2019”* desarrollado en la ciudad de Huacho. Los resultados de la investigación indicaron: (a) Respecto a la “Gestión logística”, 74,1% manifestaron que el seguimiento y recepción de las compras que se realizan no son los adecuados, el 77,8% manifestaron que los productos recepcionados no cumplen con los requerimientos de la empresa, el 70,3% de los encuestados manifestaron que no se realiza proyecciones de demanda para la gestión de inventarios. (b) Respecto al “Competitividad de las mypes”, el 62,9% determino que los costos que maneja la empresa no son los adecuados, el 66.7% de los encuestados mencionó en relación al tipo de organización de la empresa no permite que sus trabajadores intervengan en las decisiones en relación a la empresa, en el caso del 70,4% de los encuestados manifestaron que en relación al negocio, no conoce la estructura del mercado donde se desarrolla la empresa. Con el estudio se determinó que con un valor de $p = 0.00 < 0.05$, se acepta la hipótesis alterna, así también se determinó el grado de correlación entre las variables teniendo un valor de 0. 806; es decir si existe una relación positiva alta.

Velásquez (2016) en la tesis *“Políticas de fomento y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector*

industria del mueble, Puno 2015” desarrollado en la ciudad de Puno. Los resultados a los que se arribó sobre la evaluación de la contribución de las políticas de fomento en la competitividad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector industria del mueble de la ciudad de Puno; se determinó que la contribución es mínima, por lo tanto no contribuye directamente en la competitividad empresarial. Es así que la permanencia en el mercado de las organizaciones se debe al esfuerzo individual y colectivo del talento humano que conforma una determinada empresa.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Gestión logística

2.2.1.1. Definiciones

Porter (1985) refiere que la obtención de una ventaja competitiva no se puede comprender si no se observa a la empresa como un todo. La ventaja inicia desde las actividades que realiza la empresa diseñando, produciendo, comercializando, entregando y apoyando el producto como un todo. La cadena agrega valor a una empresa en sus actividades estratégicamente relevantes, para entender el comportamiento de los costos y de las fuentes actuales y potenciales de diferenciación. Una empresa logra obtener una ventaja competitiva realizando sus actividades estratégicas mejor que sus competidores o a un costo menor.

Escudero (2013) señala que la gestión logística es una actividad que tiene como finalidad satisfacer las necesidades del cliente a través de la proporción de productos y servicios en el momento, lugar y cantidades que se solicitan, y todo con el menor de los costes. Las funciones que se desarrollan son de aprovisionamiento, el cual consiste en la selección de proveedores con el fin de

abastecer de materias primas y todo ello a un costo mínimo y lo divide en tres aspectos: el primero son las compras es necesario tener en cuenta el precio; el segundo son los almacenes que implica guardar los materiales comprados hasta que el centro de producción los necesite; y el tercero es la gestión de inventarios. La otra función logística es la producción e implica organizar todos los medios utilizados para la fabricación de productos terminados; en la distribución conlleva gestionar el almacén en que trata de estudiar la ubicación y colocar el producto en el lugar apropiado, y el medio de transporte se centra en seleccionar los medios más adecuados para las rutas; y el servicio al cliente se centra en estudiar las necesidades y gestionar los pedidos.

En esencia, la gestión logística consiste en planificar y poner en marcha las actividades necesarias para llevar a acabo cualquier proyecto. Por ello se deben tener en cuentas las variables que lo definen, determinando las relaciones que existen entre ellas. Desde el punto de vista empresarial, la logística se refiere a la forma de organización que adoptan las empresas en lo referente al aprovisionamiento de materiales, producción, almacén y distribución de productos. (Gómez, 2014)

En un entorno económico como el actual, basado en una competencia cada vez mayor y más globalizada, las empresas deben seguir estrategias que las diferencien de las demás y las hagan aumentar su cuota de mercado, de ahí que hoy en día una planificación de operaciones en general y de la función logística en particular, tiene un efecto indudable sobre lo que se consideran las prioridades

competitivas en que las empresas basan sus estrategias.
(López, 2010)

2.2.1.2. Dimensiones

2.2.1.2.1. Aprovevisionamiento

La gestión del proceso de aprovisionamiento o compras es de vital importancia, su función principal se basa en desarrollar planes estratégicos con los proveedores para efectos de apoyar el proceso de administración del flujo de fabricación y el desarrollo de nuevos productos, asimismo, en esta etapa se clasifican los proveedores según la contribución a los procesos y a su organización. (Ballao, 2004)

2.2.1.2.2. Producción

Es la creación de un bien o servicio a través de la combinación de factores necesarios para conseguir satisfacer la demanda del mercado. Consiste básicamente de un proceso de transformación que sigue unos planes organizados de actuación según el cual las entradas de factores de producción, como materiales, conocimientos y habilidades, se convierten en los productos deseados mediante la aplicación de mano de obra, de una determinada tecnología y de la aportación necesaria de capital. (Montoyo & Marco, 2012)

2.2.1.2.3. Distribución

Es el recorrido que sigue el producto desde el origen (fabricante) hasta el destino

(consumidor). Este recorrido se puede hacer atravesando múltiples etapas o ninguna, es decir, el producto se puede vender a través de múltiples intermediarios, entre el fabricante y el consumidor, o distribuirse de forma directa. El fabricante decide el sistema de comercialización para su producto y elige entre: venta directa o venta indirecta. (Escudero, 2013)

2.2.1.2.4. Servicio al cliente

Para Pérez (2006), el servicio al cliente es el conjunto de prestaciones que el cliente espera como consecuencia de la imagen, el precio y la reputación del producto o servicio que recibe. Al respecto Blanco (2008) la considera como el conjunto de acciones realizadas por las organizaciones orientados al mercado, con el objetivo de identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, consiguiendo de esta manera cubrir sus expectativas, y por ende, crear o acrecentar la satisfacción de nuestros clientes.

2.2.2. Competitividad

2.2.2.1. Definiciones

La competitividad es capacidad de las empresas de generar servicios y productos con el menor costo posible, obteniendo ganancia y rentabilidad, de tal forma que los potenciales consumidores estén dispuestos a comprar a la empresa prefiriéndola respecto a la competencia. Esta se relaciona con la productividad, el valor agregado y los factores necesarios para obtenerla (Alarco, Anderson, & Benzaquen, 2011).

Es de vital importancia para las empresas, pues permite que estas sobrevivan y sean exitosas, debido a que en un mundo competitivo, en la que se encuentran empresas en competencia perfecta, monopolios y oligopolios, todas desean lograr las mayores producciones con los recursos que tiene a disposición, alcanzando las condiciones que exige la demanda, la calidad y la innovación que quieran ofrecer frente a su competencia directa e indirecta (Cabrera, López, & Ramírez, 2011).

Según Ugaz (2017), la competitividad en las microempresas depende del manejo adecuado y oportuno de aspectos tales como la formalización, acceso a fuentes de financiamiento formación de clústers mediante la búsqueda de asociaciones empresariales, y la exportación para lograr acceder a nuevos mercados.

2.2.2.2. Dimensiones

2.2.2.2.1. Condiciones de la demanda

Las condiciones de la demanda es detectar los cambios de la demanda identificando sus nuevas necesidades. Las necesidades de los compradores presionan a las empresas a innovar y emplear ventajas competitivas para diferenciarse de sus rivales o competencia ya que los compradores suelen volverse más exigentes ante las condiciones cambiantes. (Barreto, 2018)

2.2.2.2.2. Calidad del producto

La calidad de los productos es importante en el mundo empresarial apoyado con los cambios tecnológicos y la innovación, por ello es

que las empresas necesitan ofrecer un buen servicio o producto, realizando mejoras en sus procesos tanto productivos como organizacionales para ello se debe tener en cuenta las políticas de la empresa, las certificaciones de calidad y las auditorías internas y externas. (Barreto, 2018)

2.2.2.2.3. Innovación

La innovación es mejorar los productos o servicios ofrecidos al consumidor o cliente utilizando herramientas tecnológicas, además también se relaciona con innovación en ámbitos organizacionales y comerciales. la innovación se entiende como un proceso de destrucción creativa, que permite que la economía y los agentes económicos evolucionen; asimismo, es la forma en que la empresa administra sus recursos a través del tiempo y desarrolla competencias que influyen en su competitividad. (Barreto, 2018)

2.3. Definición de términos básicos

- A. Gestión: Conjunto de operaciones realizadas para direccionar y administrar una empresa o un negocio.

- B. Proceso: Es el conjunto de fases que se realizan secuencialmente para la elaboración de servicios o productos utilizando insumos o recursos.

- C. Planeamiento: Es el proceso metódico diseñado para obtener un objetivo determinado. En el sentido más universal, implica tener uno

o varios objetivos a realizar junto con las acciones requeridas para concluirse exitosamente.

- D. Objetivo: Es aquel resultado o situación que la empresa quiere lograr determinando un periodo de tiempo para ello, utilizando los recursos necesarios para su logro.
- E. Estrategia: Es la acción que la empresa plantea o los medios para el logro de el objetivo que se quiere lograr.
- F. Eficiencia: Es la capacidad de cumplir una función o actividades utilizando menos recursos posibles para ello.
- G. Manufactura: Es aquel proceso de fabricación de un producto utilizando los recursos ya sea como personal empleado para la realización o la maquinaria.
- H. Mercado: Conjunto de fuerzas o condiciones, dentro de los cuales, los compradores y vendedores toman decisiones que dan como resultado la transferencia de bienes y servicios.
- I. Productividad: Productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados.
- J. Ventaja competitiva: Conjunto de atributos de una empresa (y de sus productos) que la distinguen de sus competidores y que son reconocibles por sus clientes.

CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis

3.1.1. Hipótesis general

La gestión logística influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

3.1.2. Hipótesis secundarias

El aprovisionamiento influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

La producción influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

La distribución influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

El servicio al cliente influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

3.2. Variables de la investigación

3.2.1. Definición conceptual

Variable independiente: Gestión logística

Actividad que tiene como finalidad satisfacer las necesidades del cliente a través de la proporción de productos y servicios en el momento, lugar y cantidades que se solicitan, y todo con el menor de los costes. Las funciones que se desarrollan son las de aprovisionamiento, almacenes, gestión de inventarios y servicio al cliente. (Escudero, 2013)

Variable dependiente: Competitividad

Capacidad de las empresas de generar servicios y productos con el menor costo posible, obteniendo ganancia y rentabilidad, alcanzando las condiciones que exige la demanda, la calidad y la innovación que quieran ofrecer frente a su competencia directa e indirecta. (Cabrera, López, & Ramírez, 2011)

3.2.2. Definición operacional

Tabla 1
Cuadro de operacionalización de variables

Variable	Dimensión	Indicador	Instrumento
Gestión logística	Aprovisionamiento	– Compra	Cuestionario
		– Almacén	
		– Gestión de inventarios	
	Almacén	– Ciclo de fabricación	
		– Maquinarias	
		– Instalaciones	
	Distribución	– Transporte	
		– Plazo de entrega	
		– Precios	
	Servicio al cliente	– Promociones	
– Pedidos perfectos			

		– Crecimiento del rubro	Cuestionario
	Condiciones de la	– Conocimiento del	
	demanda	mercado	
		– Precios	
Competitividad	Calidad del	– Materia prima	
	producto	– Acabado	
	Innovación	– Creatividad	
		– Tecnología	

Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.1. Tipo y nivel de investigación

4.1.1. Tipo de investigación

Según Hernández, Fernández y Baptista (2010) la investigación básica, también denominada pura o fundamental, es aquella que tiene como objetivo ampliar y profundizar conocimientos para el entendimiento de fenómenos y/o principios fundamentales.

4.1.2. Nivel de investigación

El estudio pertenece al nivel Descriptivo y Relacional; el nivel descriptivo busca describir fenómenos en una circunstancia temporal y geográfica determinada, estimando parámetros, frecuencias y/o promedios; mediante el nivel relacional se demuestra la dependencia probabilística entre los eventos, permite realizar medidas de asociación y correlación. (Bernal, 2010)

4.2. Método y diseño de la investigación

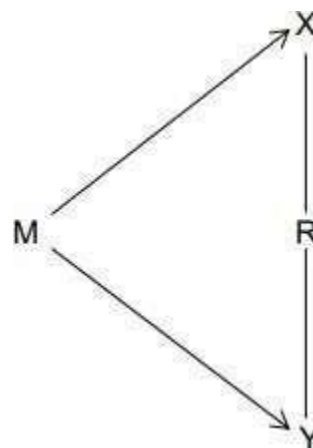
4.2.1. Método de investigación

Cuantitativo, usa la recolección de datos, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. Se realiza la medición de variables en un determinado contexto, se analizan las mediciones obtenidas y se establece una serie de conclusiones respecto a las hipótesis.

4.2.2. Diseño de la investigación

El diseño del estudio es No Experimental, debido a que las variables no son conducidas en ningún momento y sólo se realizará una observación de las mismas en su ambiente natural (Hernández et al, 2010). Transeccional, pues se describirá la relación entre variables en un determinado periodo de tiempo.

El esquema de la investigación es:



Donde:

M: Muestra

X: Gestión logística

R: Relación entre X e Y

Y: Competitividad

4.3. Población y muestra de la investigación

4.3.1. Población

La población se define como un conjunto de casos que poseen especificaciones similares, enmarcados de acuerdo a características de tiempo, lugar y contenido (Hernández, 2014), el éxito de una investigación no depende directamente del tamaño de la población sino de acotar correctamente las características de la misma (Bernal, 2010).

Para fines de la investigación la población estará conformada por las 30 MYPES del sector muebles y accesorios del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa. De acuerdo al compendio estadístico, Registro Nacional de Municipalidad (RENAMU), la municipalidad distrital Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa registró Micro y Pequeñas empresas entre los años 2014 y 2016, según la siguiente tabla.

Tabla 2

MYPES del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa

LA MUNICIPALIDAD REGISTRÓ MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEDICADAS A LA PRODUCCION DE:	2014	2015	2016
Total Micro y Pequeña empresa	160	1,258	997
Alimentos y bebidas	23	663	512
Cueros y calzados	3	5	5
Artesanía	1	3	5
Textiles	9	236	110
Muebles y accesorios	12	11	30
Metalurgia	6	1	2
Maquinaria y equipo	0	6	7
Agropecuario	2	15	21
Industria	1	8	89
Servicios	103	310	216

Fuente: Compendio Estadístico MDCGAL 2017

4.3.2. Muestra

Según Hernández (2014), la muestra representativa de un estudio es un pequeño grupo de la población. Es una porción de la población de la cual se tomarán los datos requeridos para la investigación y a las que se aplicará las mediciones de las variables (Bernal, 2010).

En la presente investigación se optará por un muestreo no probabilístico, compuesto por la totalidad de elementos de la población, debido a que según Hernández et al (2014) expresa que

“si la población es menor a cincuenta (50) individuos, la población es igual a la muestra” (p. 69).

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

4.4.1. Técnicas

Para Hurtado (2000), las técnicas son los procedimientos utilizados para la recolección de datos, es decir, el cómo, estos pueden ser de revisión documental, observación, encuesta y técnicas sociométricas, entre otras.

Para fines de la investigación, se empleará la técnica de la encuesta; definida por Tamayo (2007) como una técnica o procedimiento que recoge información directa o indirecta formulando preguntas, las cuales son formuladas y llenadas por un empadronador frente a quien le responde.

4.4.2. Instrumentos

Un instrumento de recolección de datos es la síntesis de los indicadores escogidos en conjunto con la técnica de recolección de datos (Sabino, 1992). Se sostiene que existen dos (2) tipos de instrumentos de medición que pueden ser empleados al momento de realizar una investigación: a) Instrumento ya estructura y listo para ser usado. b) Nuevo constructo de medición que pase por un proceso de valides y fiabilidad antes de su aplicación (Hernández, 2014).

El instrumento será el cuestionario, el cual según Arias (2006), es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Denominado cuestionario autoadministrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador.

CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE RESULTADOS

5.1. Análisis de fiabilidad

Hernández (2014) plantea que la confiabilidad es el grado en el que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes, a su vez indica que uno de los procedimientos más empleados para determinar la confiabilidad es el alfa de Cronbach, el cual es un coeficiente que oscila entre 0 y 1, en el cual el cero indica que se tiene confiabilidad nula y el uno significa una confiabilidad máxima.

Para determinar la confiabilidad del cuestionario, se aplicó la prueba estadística de fiabilidad Alfa de Cronbach a una muestra piloto de 30 empresas del distrito GAL. Para la valoración del nivel de confiabilidad del coeficiente alfa de Cronbach se consideró el siguiente conjunto de rangos propuesto por Ruiz (2002).

Tabla 3
Interpretación del coeficiente de confiabilidad

Rangos	Magnitud
0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Moderada
0.41 a 0.60	Baja
0.01 a 0.20	Muy baja

Fuente: Ruiz (2002)

A) Gestión logística

Tabla 4

Resumen procesamiento de casos – Gestión logística

		N	%
Casos	Válido	30	100.0
	Excluido	0	0.0
Total		30	100.0

Fuente: Resultados SPSS

Tabla 5

Alfa de Cronbach – Gestión logística

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.974	33

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN:

El estadístico Alfa de Cronbach del instrumento de medición de la variable Gestión logística, compuesto por 33 ítems, cuenta con fiabilidad muy alta, debido a un $\alpha=0.974$.

B) Posicionamiento

Tabla 6

Resumen procesamiento de casos - Competitividad

		N	%
Casos	Válido	30	100.0
	Excluido	0	0.0
Total		30	100.0

Fuente: Resultados SPSS

Tabla 7

Alfa de Cronbach - Competitividad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0.915	10

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN:

El estadístico Alfa de Cronbach del instrumento de medición de la variable Competitividad, compuesto por 10 ítems, cuenta con fiabilidad muy alta, debido a un $\alpha=0.915$.

5.2. Análisis descriptivo

5.2.1. Gestión logística

Tabla 8

Nivel de la variable gestión logística

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	9	30.0	30.0	30.0
	Regular	12	40.0	40.0	70.0
	Bueno	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Resultados SPSS

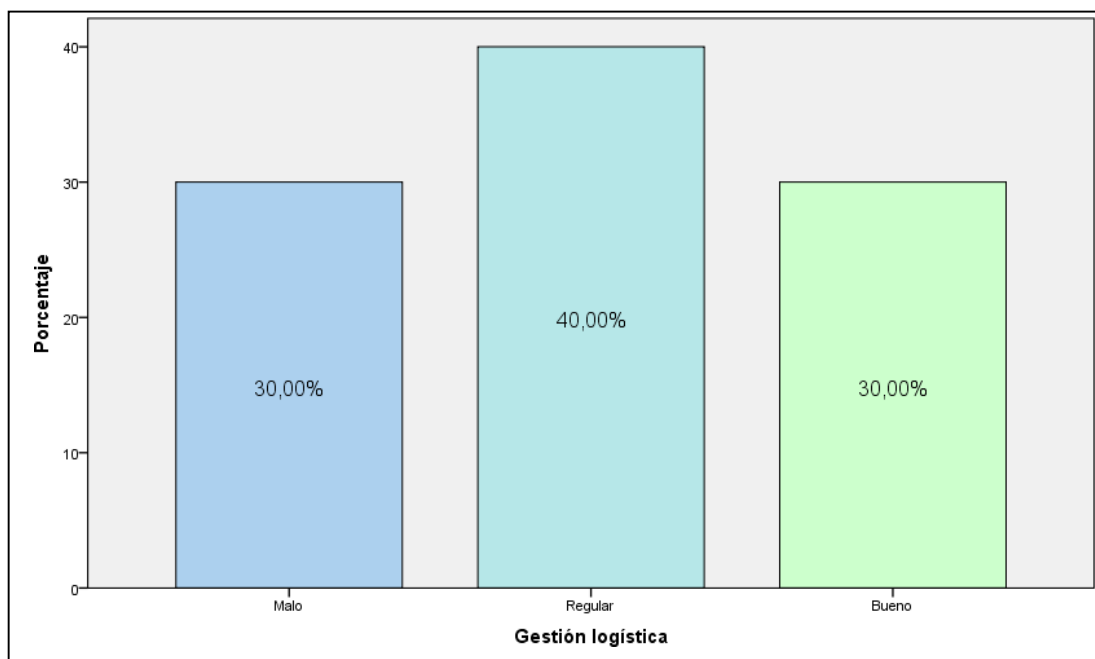


Figura 1. Nivel de la variable gestión logística

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de la gestión logística es regular con 40.0%, bueno con 30.0% y mala con 30.0%

Tabla 9
Nivel de la dimensión aprovisionamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	9	30.0	30.0	30.0
	Regular	13	43.3	43.3	73.3
	Bueno	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Resultados SPSS

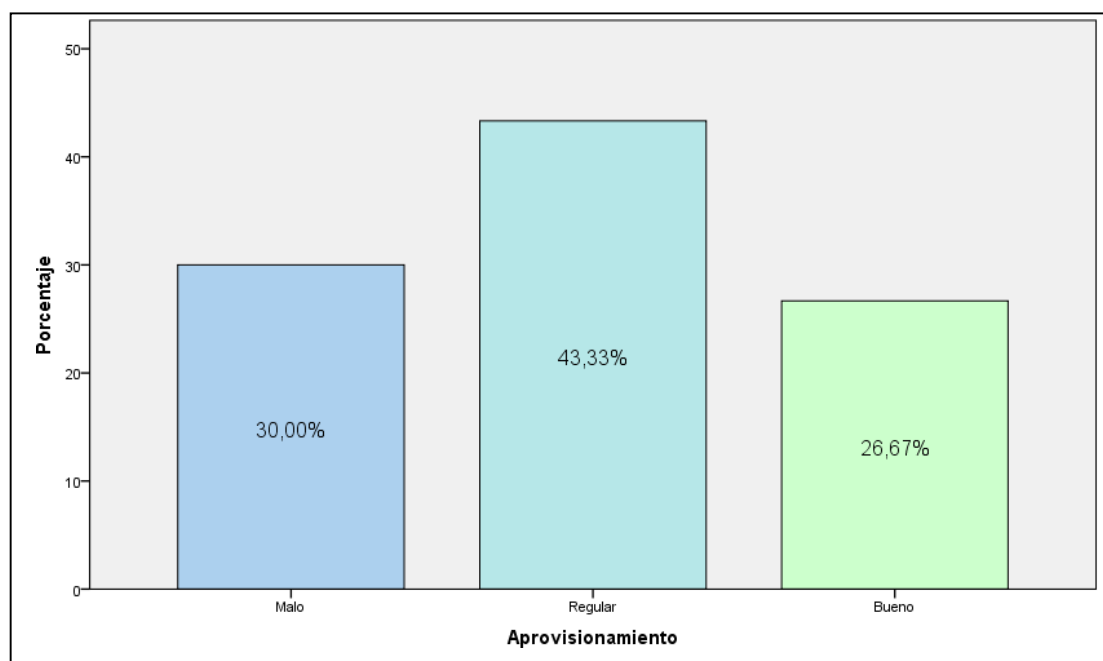


Figura 2. Nivel de la dimensión aprovisionamiento

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de la dimensión aprovisionamiento es regular con 43.3%, malo con 30.0% y bueno con 26.67%.

Tabla 10
Análisis descriptivo - aprovisionamiento

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Antes de realizar sus pedidos se comunica con sus proveedores.	30	3.00	5.00	3.90	0.71
Usted puede negociar el precio con sus proveedores cuando no está de acuerdo.	30	2.00	5.00	3.10	0.88
Hace una comparación de los precios que le ofrecen sus principales proveedores con los de otros.	30	1.00	5.00	3.47	1.14
Su almacén le permite tener su mercadería organizada	30	2.00	5.00	4.00	1.08
Su negocio subcontrata el servicio de almacenamiento	30	1.00	4.00	2.67	0.80
Tiene un control de las mercancías que ingresan y salen del almacén.	30	2.00	5.00	3.80	0.92
Utiliza algún programa informático para el buen control de inventarios.	30	1.00	4.00	2.97	1.00
Con frecuencia actualiza su mercadería.	30	2.00	5.00	3.37	0.89
Usted considera que cuenta con el inventario necesario para cubrir la demanda.	30	2.00	5.00	3.37	0.93
N válido (por lista)	30				

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de la dimensión aprovisionamiento tiene una media de puntuaciones equivalente a 3.40, valor aceptable, pero requiere de mejoras, entre las principales falencias se observa la subcontratación de servicio de almacenamiento, uso de programas informáticos para el control y la negociación de los precios con los proveedores.

Tabla 11
Nivel de la dimensión almacén

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	9	30.0	30.0	30.0
	Regular	12	40.0	40.0	70.0
	Bueno	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Resultados SPSS

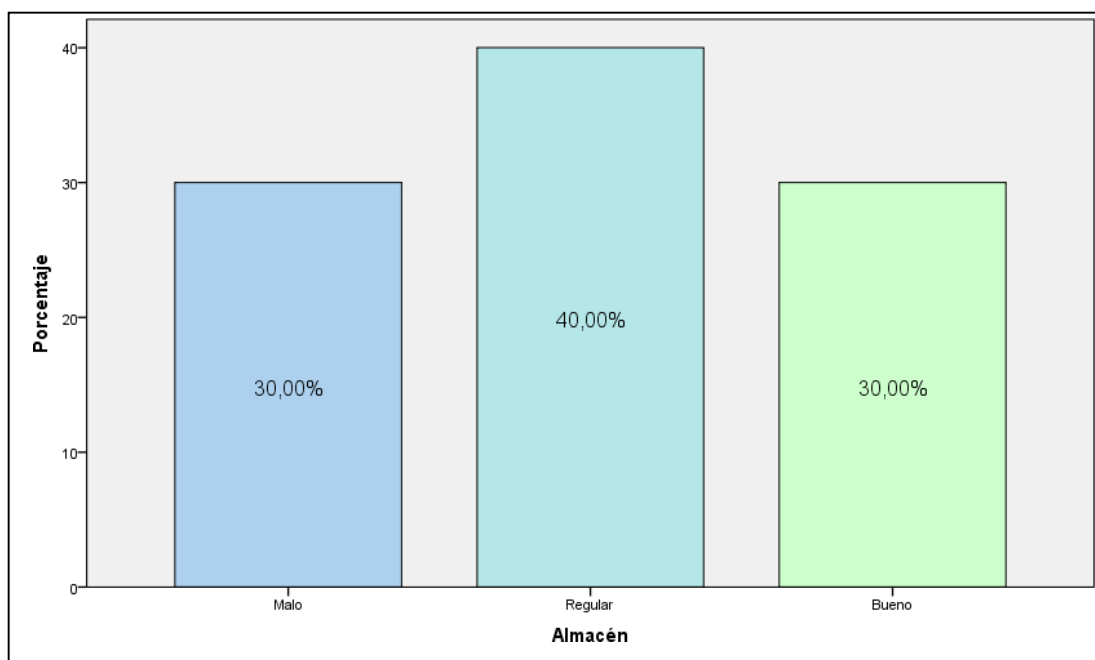


Figura 3. Nivel de la dimensión almacén

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de la dimensión almacén es regular con 40.0%, bueno con 30.0% y malo con 30.00%

Tabla 12
Análisis descriptivo - almacén

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Considera que el tiempo que demora en la producción de los muebles es demasiado.	30	2.00	5.00	3.70	1.15
Se siente satisfecho con los insumos utilizados para la elaboración de los muebles.	30	2.00	5.00	4.10	1.03
Ha establecido horarios para la recepción de insumos y materias primas.	30	2.00	5.00	3.90	0.88
Las máquinas que utilizan son de última tecnología.	30	1.00	5.00	3.17	1.26
Usted considera que sus máquinas son mejores que de su competencia	30	1.00	5.00	3.47	1.22
Utiliza equipos especializados para el movimiento de los materiales.	30	2.00	5.00	3.33	0.76
Considera excelente la ubicación de su(s) local(es).	30	2.00	5.00	3.57	0.97
Conoce la capacidad máxima de sus instalaciones.	30	2.00	5.00	4.00	1.08
Considera que sus instalaciones son atractivas a la vista del público.	30	2.00	5.00	3.50	1.01
N válido (por lista)	30				

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de la dimensión almacén tiene una media de puntuaciones equivalente a 3.63, valor aceptable, pero requiere de mejoras, entre las principales falencias se observa la falta de máquina de última tecnología y la falta de equipos especializados para el movimiento de materiales.

Tabla 13
Nivel de la dimensión distribución

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	9	30.0	30.0	30.0
	Regular	13	43.3	43.3	73.3
	Bueno	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Resultados SPSS

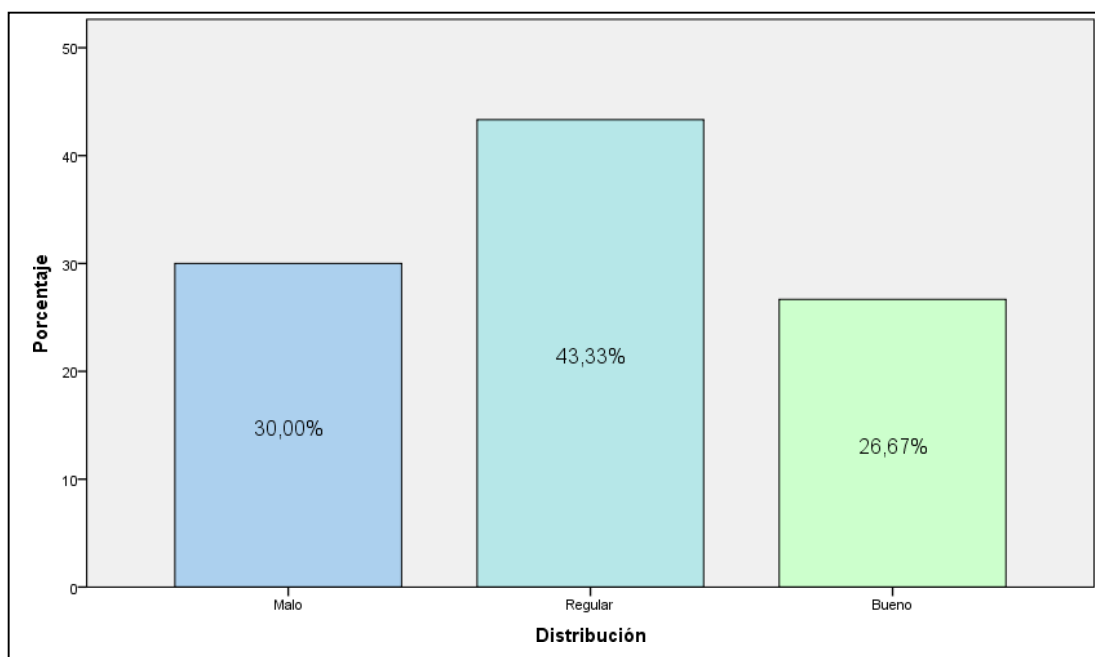


Figura 4. Nivel de la dimensión distribución

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de la dimensión distribución es regular con 43.3%, malo con 30.0% y bueno con 26.67%

Tabla 14
Análisis descriptivo - distribución

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Cuenta con los medios de transporte adecuados para la movilización de sus mercancías hacia sus clientes	30	2.00	5.00	3.23	.89
La mercancía tiene algún seguro en el caso que ocurriera algún accidente durante su transporte	30	1.00	4.00	2.56	.97
Utiliza diferentes tipos de transporte para hacer el envío de la mercancía.	30	1.00	4.00	2.56	1.00
La mercadería que es enviada a sus compradores llega en las fechas acordadas.	30	2.00	5.00	3.06	1.11
Tiene algún plazo de entrega en caso de emergencia	30	3.00	5.00	3.53	.68
Aplica técnicas especiales para reducir el plazo de entrega	30	3.00	5.00	4.00	.74
N válido (por lista)	30				

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de la dimensión distribución tiene una media de puntuaciones equivalente a 3.15, valor aceptable, pero requiere de mejoras, entre las principales falencias se observa la falta de seguros en caso de accidentes durante el transporte, uso de diferentes tipos de transporte y la falta de programación de la entrega de mercadería a los compradores en la fecha acordada.

Tabla 15
Nivel de la dimensión servicio al cliente

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	9	30.0	30.0	30.0
	Regular	12	40.0	40.0	70.0
	Bueno	9	30.0	30.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Resultados SPSS

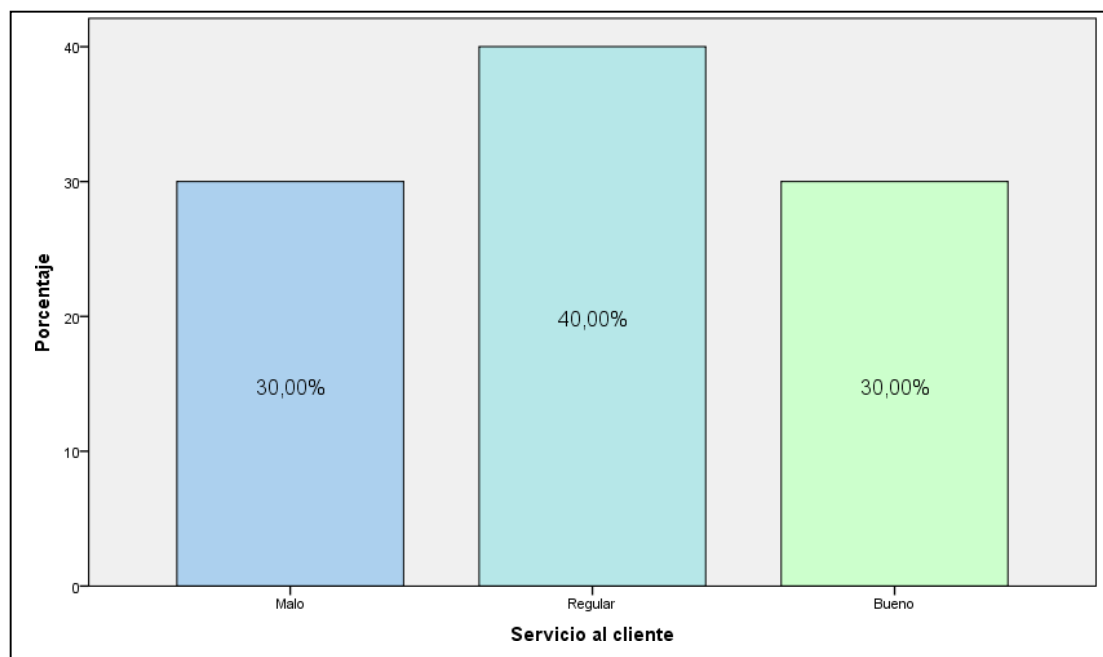


Figura 5. Nivel de la dimensión servicio al cliente

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de la dimensión servicio al cliente es regular con 40.0%, bueno con 30.0% y malo con 30.0%

Tabla 16
Análisis descriptivo - servicio al cliente

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Ofrece descuentos o créditos a sus clientes.	30	1.00	3.00	2.50	0.73
Los precios de sus productos son más bajos que de la competencia.	30	3.00	4.00	3.37	0.49
Considera que los clientes pagan un precio justo por su producto	30	4.00	5.00	4.50	0.51
Aplica estrategias de promoción.	30	1.00	5.00	3.53	1.20
Tiene una base de datos de los clientes.	30	1.00	4.00	2.97	1.00
Llama a los clientes para saber cómo les ha ido con el producto.	30	1.00	5.00	3.27	1.14
Usted considera que el personal está altamente capacitado.	30	3.00	5.00	3.90	0.84
Usted considera excelente la atención de su personal a la hora del despacho.	30	3.00	5.00	3.77	0.77
El personal está comprometido con los objetivos de su negocio.	30	3.00	5.00	3.80	0.89
N válido (por lista)	30				

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de la dimensión servicio al cliente tiene una media de puntuaciones equivalente a 3.51, valor aceptable, pero requiere de mejoras, entre las principales falencias se observa la falta de descuentos o créditos a los clientes, falta de base de datos de los clientes y la estandarización de precios.

5.2.2. Competitividad

Tabla 17

Nivel de la variable competitividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	9	30.0	30.0	30.0
	Regular	13	43.3	43.3	73.3
	Bueno	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Resultados SPSS

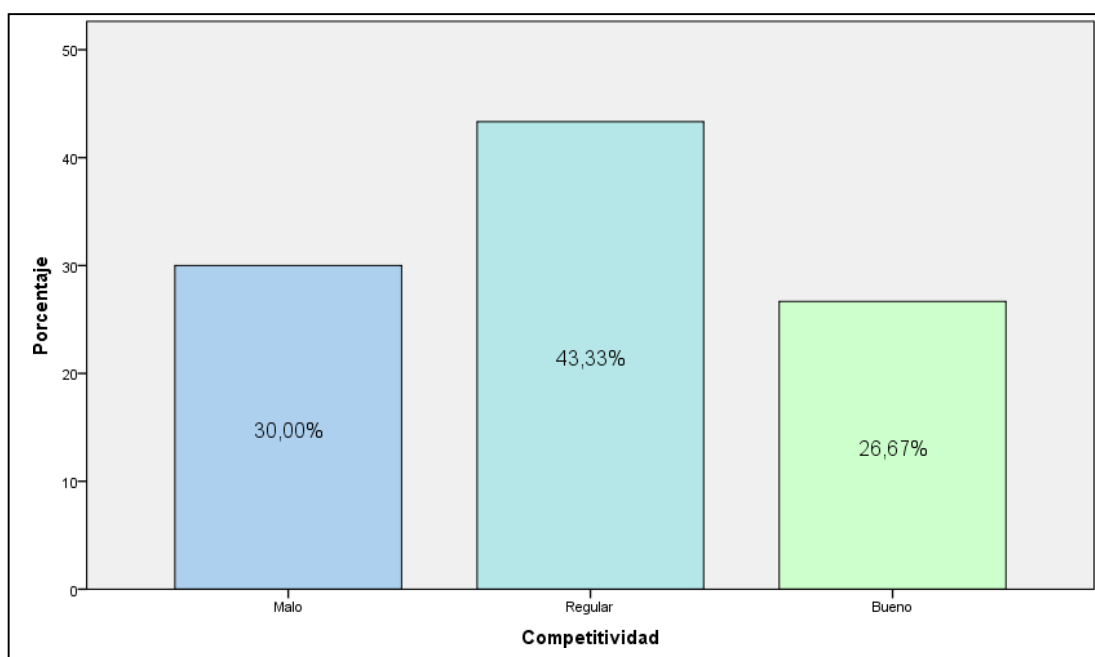


Figura 6. Nivel de la variable competitividad

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de competitividad es regular con 43.3%, malo con 30.0% y bueno con 26.67%

Tabla 18

Nivel de la dimensión condiciones de la demanda

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	10	33.3	33.3	33.3
	Regular	13	43.3	43.3	76.7
	Bueno	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Resultados SPSS

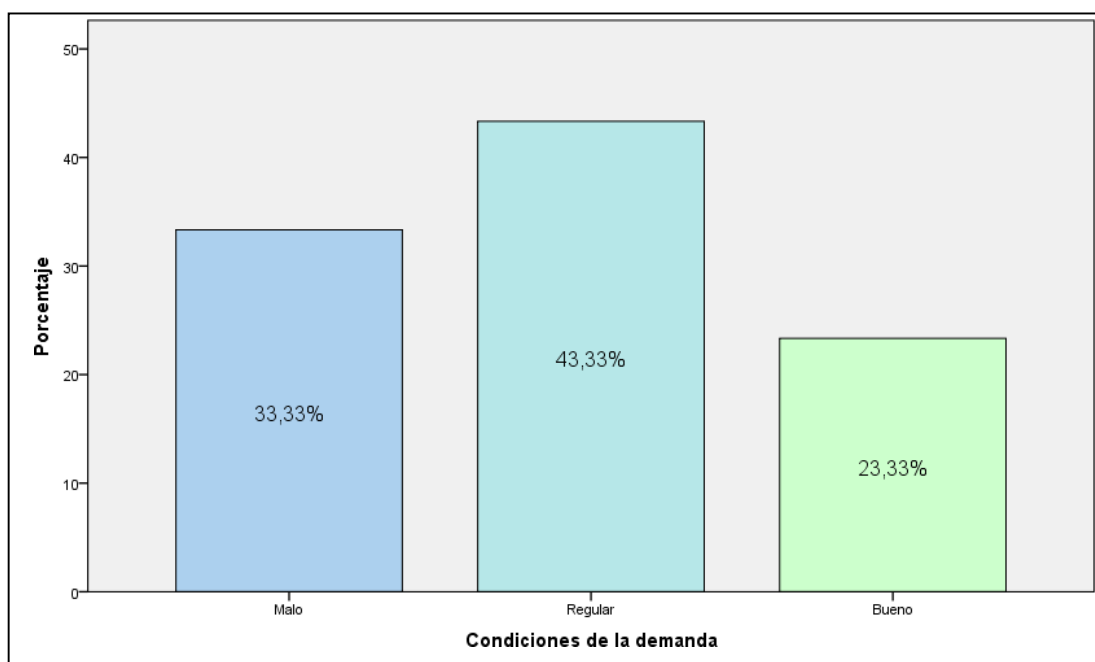


Figura 7. Nivel de la dimensión condiciones de la demanda

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de la dimensión condiciones de demanda es regular con 43.3%, malo con 33.33% y bueno con 23.33%

Tabla 19
Análisis descriptivo - condiciones de la demanda

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Considera que la informalidad perjudica al crecimiento de la empresa.	30	4.00	5.00	4.77	0.43
La empresa realiza investigación de mercados.	30	2.00	5.00	3.10	1.12
La empresa se informa sobre sus competidores.	30	3.00	5.00	4.10	0.80
La empresa sube el precio de sus productos en temporadas festivas.	30	3.00	5.00	3.70	0.60
N válido (por lista)	30				

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de la dimensión condiciones de demanda tiene una media de puntuaciones equivalente a 3.91, valor aceptable, pero requiere de mejoras, entre las principales falencias se observa la falta de realización de estudios de mercado y la variación de precios en temporadas festivas.

Tabla 20
Nivel de la dimensión calidad del producto

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	13	43.3	43.3	43.3
	Regular	13	43.3	43.3	86.7
	Bueno	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Resultados SPSS

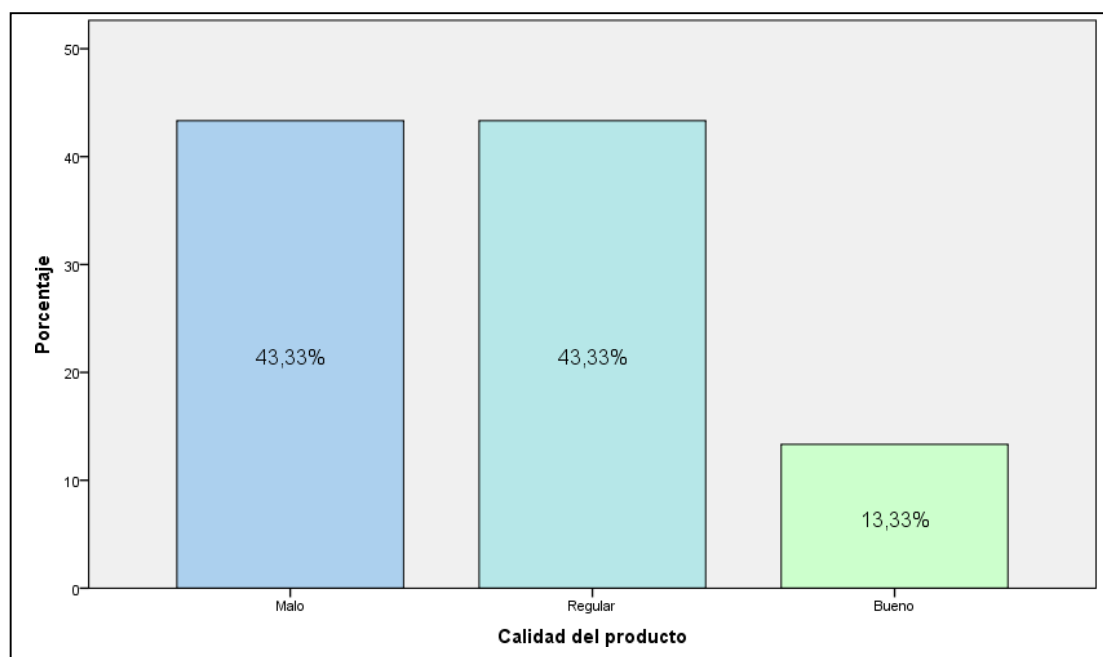


Figura 8. Nivel de la dimensión calidad del producto

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de la dimensión calidad de producto es regular con 43.3%, malo con 43.3% y bueno con 13.3%

Tabla 21
Análisis descriptivo - calidad del producto

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Se usa materia prima de calidad en los productos que la empresa produce.	30	2.00	5.00	4.10	1.02
La empresa busca a los mejores proveedores.	30	2.00	5.00	3.10	.88
La empresa cuenta con procesos de control de calidad.	30	2.00	5.00	3.80	.92
N válido (por lista)	30				

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de la dimensión calidad del producto tiene una media de puntuaciones equivalente a 3.66, valor aceptable, pero requiere de mejoras, entre las principales falencias se observa la falta búsqueda de mejores proveedores y la falta de procesos de control de calidad.

Tabla 22
Nivel de la dimensión innovación

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Malo	12	40.0	40.0	40.0
	Regular	12	40.0	40.0	80.0
	Bueno	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: Resultados SPSS

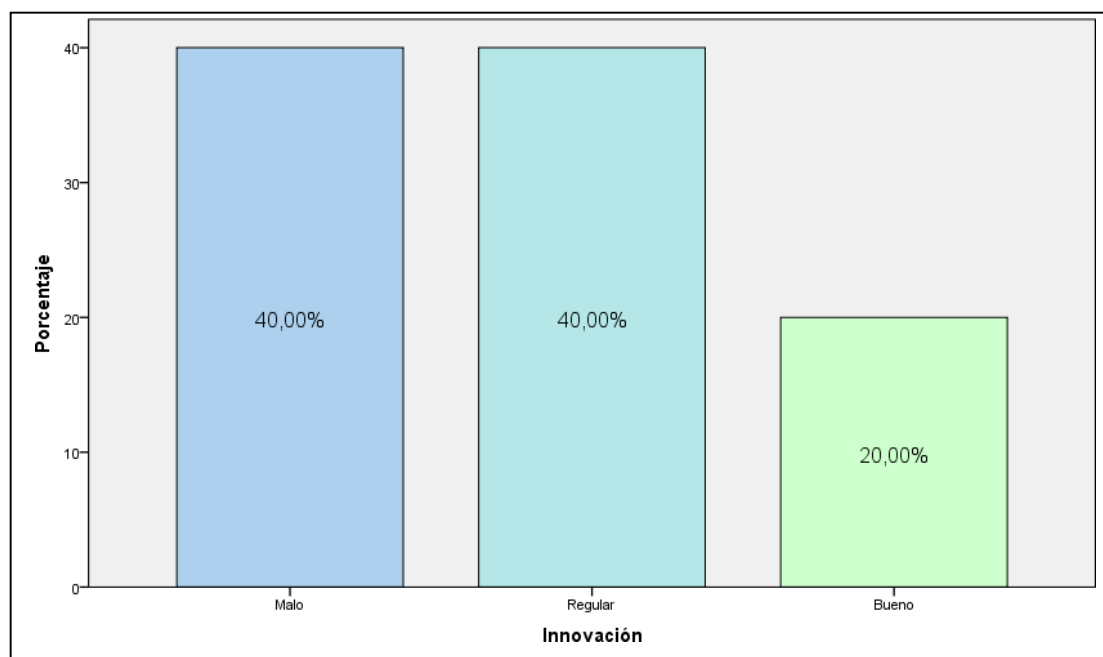


Figura 9. Nivel de la dimensión innovación

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de la dimensión innovación es regular con 40.0%, malo con 40.0% y bueno con 20.0%

Tabla 23
Análisis descriptivo - innovación

	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Se fomenta la creatividad en la empresa.	30	3.00	5.00	3.90	0.84
Considera que los productos ofrecidos son creativos.	30	3.00	5.00	3.76	.72
La empresa utiliza máquinas innovadoras para la producción de sus productos.	30	1.00	5.00	3.16	1.26
N válido (por lista)	30				

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN: De acuerdo a los representantes de la muestra de Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa el nivel de la dimensión innovación tiene una media de puntuaciones equivalente a 3.60, valor aceptable, pero requiere de mejoras, entre las principales falencias se observa la falta de máquinas innovadoras para la producción de los muebles y la falta de creatividad de los productos ofrecidos.

5.3. Análisis inferencial

5.3.1. Prueba de normalidad

Tabla 24
Prueba de normalidad

	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Gestión logística	.888	30	.004
Aprovisionamiento	.879	30	.003
Almacén	.897	30	.007
Distribución	.936	30	.071
Servicio al cliente	.918	30	.023
Competitividad	.930	30	.048
Condiciones de la demanda	.926	30	.039
Calidad del producto	.903	30	.010
Innovación	.922	30	.031

Fuente: Resultados SPSS

INTERPRETACIÓN

En la anterior tabla se muestran los resultados de la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para cada una de las variables y sus correspondientes dimensiones, en la mayoría de los casos se observan resultados de significancia inferiores a 0.05, por tanto se puede afirmar que los datos no se distribuyen de forma normal. Debido a que ambas variables no poseen una distribución normal, se optará por la aplicación de pruebas estadísticas no paramétricas para la inferencia.

5.3.2. Pruebas de hipótesis

5.3.2.1. Hipótesis general

- a. Para la prueba de hipótesis se plantea los siguientes parámetros:
- b. Nivel de significancia: $\alpha = 0.05 = 5\%$ de margen máximo de error.
- c. Regla de decisión:

$p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0 .

$p < \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis alterna H_1 .

d. Prueba de hipótesis:

H_0 : La gestión logística no influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

H_1 : La gestión logística influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

e. Resultado:

Tabla 25

Prueba estadística hipótesis general

		Gestión logística	Competitividad
Rho de Spearman	Gestión logística	1.000	.973
	Coeficiente de correlación		
	Sig. (bilateral)		.000
	N	30	30
Competitividad	Coeficiente de correlación	.973	1.000
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	30	30

Fuente: Resultados SPSS

f. Interpretación:

Realizada la prueba estadística de Spearman, se puede apreciar que existe influencia directa de la gestión logística sobre la competitividad, donde $p=.000$ con un

nivel de significancia de .05 y el coeficiente de .973, ello indica que la correlación es positiva muy alta. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, concluyendo que la gestión logística influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2021.

5.3.2.2. Hipótesis específica 1

a. Para la prueba de hipótesis se plantea los siguientes parámetros:

b. Nivel de significancia: $\alpha = 0.05 = 5\%$ de margen máximo de error.

c. Regla de decisión:

$p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0 .

$p < \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis alterna H_1 .

d. Prueba de hipótesis:

H_0 : El aprovisionamiento no influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

H_1 : El aprovisionamiento influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

e. Resultado:

Tabla 26
Prueba estadística hipótesis específica 1

		Aprovisionamiento Competitividad		
Rho de Spearman	Aprovisionamiento	Coeficiente de correlación	1.000	.888
		Sig. (bilateral)		.000
		N	30	30
	Competitividad	Coeficiente de correlación	.888	1.000
		Sig. (bilateral)	.000	
		N	30	30

Fuente: Resultados SPSS

f. Interpretación:

Realizada la prueba estadística de Spearman, se puede apreciar que existe influencia directa de las estrategias de marketing sobre el posicionamiento, donde $p=.000$ con un nivel de significancia de .05 y el coeficiente de .888, ello indica que la correlación es positiva alta. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, concluyendo que el aprovisionamiento influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

5.3.2.2. *Hipótesis específica 2*

- a. Para la prueba de hipótesis se plantea los siguientes parámetros:
- b. Nivel de significancia: $\alpha = 0.05 = 5\%$ de margen máximo de error.
- c. Regla de decisión:

$p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0 .

$p < \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis alterna H_1 .

d. Prueba de hipótesis:

H_0 : La producción no influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

H_1 : La producción influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

e. Resultado:

Tabla 27
Prueba estadística hipótesis específica 2

		Almacén	Competitividad
Rho de Spearman	Almacén		
	Coeficiente de correlación	1.000	.973
	Sig. (bilateral)		.000
	N	30	30
	Competitividad		
	Coeficiente de correlación	.973	1.000
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	30	30

Fuente: Resultados SPSS

f. Interpretación:

Realizada la prueba estadística de Spearman, se puede apreciar que existe influencia directa de las

estrategias de marketing sobre el posicionamiento, donde $p=.000$ con un nivel de significancia de .05 y el coeficiente de .973, ello indica que la correlación es positiva muy alta. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, concluyendo que la producción influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

5.3.2.2. *Hipótesis específica 3*

- a. Para la prueba de hipótesis se plantea los siguientes parámetros:
- b. Nivel de significancia: $\alpha = 0.05 = 5\%$ de margen máximo de error.
- c. Regla de decisión:

$p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0 .

$p < \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis alterna H_1 .

- d. Prueba de hipótesis:

H_0 : La distribución no influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

H_1 : La distribución influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

e. Resultado:

Tabla 28
Prueba estadística hipótesis específica 3

		Distribución	Competitividad
Rho de Spearman	Distribución		
	Coeficiente de correlación	1.000	.944
	Sig. (bilateral)		.000
	N	30	30
	Competitividad		
	Coeficiente de correlación	.944	1.000
	Sig. (bilateral)	.000	
	N	30	30

Fuente: Resultados SPSS

f. Interpretación:

Realizada la prueba estadística de Spearman, se puede apreciar que existe influencia directa de las estrategias de marketing sobre el posicionamiento, donde $p=.000$ con un nivel de significancia de .05 y el coeficiente de .944, ello indica que la correlación es positiva muy alta. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, concluyendo que la distribución influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

5.3.2.2. *Hipótesis específica 4*

- a. Para la prueba de hipótesis se plantea los siguientes parámetros:

b. Nivel de significancia: $\alpha = 0.05 = 5\%$ de margen máximo de error.

c. Regla de decisión:

$p \geq \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis nula H_0 .

$p < \alpha \rightarrow$ se acepta la hipótesis alterna H_1 .

d. Prueba de hipótesis:

H_0 : El servicio al cliente no influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

H_1 : El servicio al cliente influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

e. Resultado:

Tabla 29
Prueba estadística hipótesis específica 4

		Servicio al cliente		Competitividad	
Rho de Spearman	Servicio al cliente	Coeficiente de correlación	1.000	.918	
		Sig. (bilateral)		.000	
		N	30	30	
	Competitividad	Coeficiente de correlación	.918	1.000	
		Sig. (bilateral)	.000		
		N	30	30	

Fuente: Resultados SPSS

f. Interpretación:

Realizada la prueba estadística de Spearman, se puede apreciar que existe influencia directa de las estrategias de marketing sobre el posicionamiento, donde $p=.000$ con un nivel de significancia de .05 y el coeficiente de .918, ello indica que la correlación es positiva muy alta. Por ello se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, concluyendo que el servicio al cliente influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Los resultados de la investigación demostraron, mediante la aplicación de cuestionarios para la medición de las variables gestión logística y competitividad, validados previamente con un coeficiente de fiabilidad Alfa de Cronbach de .974 y .915 respectivamente, establecen que Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa consideran que el nivel de la gestión logística de las empresas es regular con el 43.3%, malo con el 30.0% y bueno con el 26.7%, y el nivel de competitividad como regular con el 43.3%, malo con el 30.0% y bueno con el 26.7%.

Respecto a las dimensiones que componen la gestión logística, se estableció que la dimensión aprovisionamiento cuenta con un nivel regular (43.3%), malo (30.0%) y bueno (26.7%), la dimensión almacén con un nivel regular (40.0%), malo (30.0%) y bueno (30.0%), la dimensión distribución con un nivel regular (43.3%), malo (30.0%) y bueno (26.7%) y la dimensión servicio al cliente con un nivel regular (40.0%), malo (30.0%) y bueno (30.0%). En cuanto a las dimensiones que componen la variable competitividad, se estableció que la dimensión condiciones de la demanda cuenta con un nivel regular (43.3%), malo (33.3%) y bueno (23.3%), la dimensión calidad del producto con un nivel regular (43.3%), malo (43.3%) y bueno (13.3%), y la dimensión innovación con un nivel regular (40.0%), malo (40.0%) y bueno (20.0%). En todos los casos se puede observar una tendencia negativa de las dimensiones, situación que pone en alerta la gestión logística aplicada por las empresas y la competitividad que ostentan actualmente.

Puesto que la muestra tomada en la investigación fue de 30 unidades de estudio, se optó por la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk para ambas variables, denotando una distribución no normal, propiciando la aplicación de la prueba estadística de correlación de Spearman, el cual con un nivel de significancia bilateral menor a .05 ($p=.000$) demostró la existencia de influencia de la gestión logística en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa, representado por un $Rho=.973$, resultado similar al obtenido por Rodríguez (2019) en el sector construcción, a través de un valor de correlación equivalente a 0.806, señalando que ambas variables tiene una relación positiva alta, además Velásquez (2016) manifiesta que la competitividad de las micro y pequeñas empresas se deben principalmente al esfuerzo individual y colectivo del talento humano encargado de la logística que forma parte de una empresa, situación observa también por Kirby y Brosa (2011) que manifiestan que la logística es clave para garantizar la competitividad de las empresas en general y en particular de las Mypes.

En cuanto a la influencia de las dimensiones de la variable gestión logística en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Gregorio Albarracín Lanchipa se observó que los procesos de aprovisionamiento ($p=.000$; $rho=.888$), procesos de almacén ($p=.000$; $rho=.973$), procesos de distribución ($p=.000$; $rho=.944$) y procesos de servicio al cliente ($p=.000$; $rho=.918$) influyen en la competitividad de las empresas. Resultados que se ve fundamentado por los logrados por Cano et al (2014), quienes en base al estudio de pequeñas y medianas empresas en México concluyendo que el modelo de gestión logística para Pyme más adecuado a la realidad se compone de cuatro áreas: inventarios, almacenamiento, producción y distribución.

CONCLUSIONES

Tras la evaluación de los resultados y en base a los objetivos de la investigación, se concluye el presente informe final de tesis mediante los siguientes puntos:

PRIMERO: La correlación de Spearman entre las variables gestión logística y competitividad es de 0.973 que según los niveles existe una correlación positiva muy alta, siendo variables directamente proporcionales. También se observa que la significancia encontrada es de 0.000, la cual es menor a la significancia de investigación 0.05, concluyendo que existe evidencia suficiente para afirmar que la gestión logística influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

SEGUNDO: La correlación de Spearman entre la dimensión aprovisionamiento de la variable gestión logística y la variable posicionamiento es de 0.888 que según los niveles existe una correlación positiva alta, siendo ambos directamente proporcionales. También se observa que la significancia encontrada es de 0.000, la cual es menor a la significancia de investigación 0.05, concluyendo que existe evidencia suficiente para afirmar que el aprovisionamiento influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

TERCERO: La correlación de Spearman entre la dimensión almacén de la variable gestión logística y la variable posicionamiento es de 0.973 que según los niveles existe una correlación positiva muy alta, siendo ambos directamente proporcionales. También se observa que la significancia encontrada es de 0.000, la cual es menor a la significancia de investigación 0.05, concluyendo que existe evidencia suficiente para afirmar que el almacén influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y

comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

CUARTO: La correlación de Spearman entre la dimensión distribución de la variable gestión logística y la variable posicionamiento es de 0.944 que según los niveles existe una correlación positiva muy alta, siendo ambos directamente proporcionales. También se observa que la significancia encontrada es de 0.000, la cual es menor a la significancia de investigación 0.05, concluyendo que existe evidencia suficiente para afirmar que la distribución influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

QUINTO: La correlación de Spearman entre la dimensión servicio al cliente de la variable gestión logística y la variable posicionamiento es de 0.918 que según los niveles existe una correlación positiva muy alta, siendo ambos directamente proporcionales. También se observa que la significancia encontrada es de 0.000, la cual es menor a la significancia de investigación 0.05, concluyendo que existe evidencia suficiente para afirmar que el servicio al cliente influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.

SUGERENCIAS

PRIMERO: Se recomienda a las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa la organización, control y planificación eficiente de los procesos de aprovisionamiento, producción, distribución y servicio al cliente para el logro de indicadores óptimos de desempeño en la gestión logística de sus empresas.

SEGUNDO: En base los resultados obtenidos en la presente investigación, se recomienda seguir con la profundización y realización de posteriores investigaciones, además del uso de sistemas informáticos de control de inventarios para evitar la escasez y exceso de productos en sus almacenes, puesto que permitirá un mejor control de los productos e insumos que entran y salen, se puede emplear un sistema KARDEX para la generación de reportes de información sobre las operaciones en los inventarios, contribuyendo positivamente a la planificación de las compras, reduciendo los costos.

TERCERO: Es necesario que las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa puedan adquirir equipos tecnológicos que les permita automatizar los procesos productos, previa evaluación de su viabilidad, logrando de esta forma reducir los tiempos de fabricación y cumplir con los plazos de entrega a los clientes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alarco, G., Anderson, C., & Benzaquen, J. (2011). *Competitividad y desarrollo: Evolución y perspectivas recientes*. Lima: Planeta Perú.
- Arellano, U., & Hinojosa, F. (2017). *Incidencia de la gestión logística integral en la competitividad de las pymes caso: sector agregados y materiales de construcción en Tarma - período 2014*. Tesis de grado, Universidad Nacional del Centro del Perú, Tarma.
- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Ballao, R. (2004). *Logística: Administración de la cadena de suministro*. Pearson Educación.
- Barreto, A. (2018). *Gestión empresarial y competitividad empresarial de las pymes textiles del Emporio Comercial de Gamarra, La Victoria, 2018*. Tesis de grado, Universidad César Vallejo, Lima.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: administración, economía, humanidades y ciencias sociales* (Tercera ed.). Colombia: Pearson Educación.
- Cabrera, A., López, P., & Ramírez, C. (2011). *La competitividad empresarial: un marco conceptual para su estudio*. Bogotá: Fundación Universidad Central.
- Cano, P., Orue, F., Martínez, J., Mayett, Y., & López, G. (06 de Febrero de 2014). Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México. *Contaduría y Administración*, 60(1).

- Escudero, M. (2013). *Gestión logística y comercial*. Madrid: Paraninfo.
- Gomero, N. (2015). *Concentración de las MYPES y su impacto en el crecimiento económico*. Artículo Científico, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Gómez, J. (2014). *Gestión logística y comercial*. México: Mc Graw Hill Education.
- Gonzales, J. (2014). *Gestión empresarial y competitividad en las MYPES del sector textil en el marco de la ley N° 28015 en el distrito de La Victoria - año 2013*. Tesis de grado, Universidad de San Martín de Porres, Facultad de Ciencias Contables, Económicas y Financieras, Lima.
- Hernández, R. (2014). *Metodología de la Investigación*. México D.F.: McGraw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México: Editoria McGraw-Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México: Editoria McGraw-Hill.
- Hurtado, J. (2000). *Metodología de la Investigación Holística*. Caracas: Fundación SYPAL.
- Kirby, C., & Brosa, N. (2011). *La logística como factor de competitividad de las Pymes en las Americas*. Documento de debate, Banco Interamericano de Desarrollo, Santo Domingo.
- López, R. (2010). *Logística comercial*. España: Paraninfo S.A.

- Montoyo, A., & Marco, M. (2012). *Proceso de producción*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Pérez, A. (2013). *Factores en la gestión logística mexicana que intervienen en la competitividad global de las empresas*. Tesis de posgrado, Universidad Autónoma de Nuevo León, Nuevo León.
- Pérez, V. (2006). *Calidad total en la atención al cliente*. España: Ideaspropias.
- Pinzón, S. (Abril de 2015). La logística y la gestión de la cadena de suministro como estrategias de marketing: una perspectiva de la PyME de Agascalientes. *Investigación y ciencia*, 23(64), 80-81.
- Porter, M. (1985). *Competitive advantage: creating and sustaining superior performance*. New York: The Free Press.
- Quineche, Y. (2018). *La gestión de calidad y financiamiento en las MYPES del sector producción - rubro vitivinícola, del distrito de Huaral, Lima 2018*. Tesis de grado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias Contables Financieras y Administrativas, Lima.
- Rodriguez, V. (2019). *Gestión logística y competitividad de las Mypes del sector construcción, distrito de San Marcos, provincia de Huari, 2019*. Tesis de grado, Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho.
- Sabino, C. (1992). *El proceso de investigación*. Caracas, Venezuela: Panapo.
- Sánchez, B. (2014). *Las MYPES en Perú. Su importancia y propuesta tributaria*. Artículo Científico, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.

- Sandoval, P. (2017). *Gestión logística para la competitividad en las Mypes del sector textil de la galería Moda Center del distrito de la Victoria - Lima, 2016*. Tesis de grado, Universidad César Vallejo, Lima.
- Tamayo, M. (2007). *El proceso de la investigación científica*. México D.F.: Limusa.
- Ugaz, F. (2017). *Gestión empresarial y competitividad de las MYPES en el mercado de Lima durante el año 2015*. Tesis de grado, Universidad Ricardo Palma, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Lima.
- Urday, C., & Cebberos, P. (2017). *La gestión logística y su influencia en la competitividad en las PYMES del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra*. Tesis de grado, Lima.
- Vargas, F. (2006). *Estrategias de innovación en la gestión logística de las pequeñas y medianas empresas. Caso de estudio: Comercio minorista de ropa*. Tesis de grado, Universidad Nacional Autónoma de México, México D.F.
- Velásquez, M. (2016). *Políticas de fomento y la competitividad de las micro y pequeñas empresas del sector industria del mueble, Puno 2015*. Tesis de grado, Universidad Nacional del Altiplano, Puno.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

TÍTULO: “INFLUENCIA DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS MYPES DE FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MUEBLES DEL DISTRITO CORONEL GREGORIO ALBARRACÍN LANCHIPA, TACNA – 2019”			
PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES
<p>GENERAL:</p> <p>¿Cuál es la influencia de la gestión logística en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019?</p>	<p>GENERAL:</p> <p>Determinar la influencia de la gestión logística en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.</p>	<p>GENERAL:</p> <p>La gestión logística influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE:</p> <p>Gestión logística</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Aproveccionamiento. – Almacén. – Distribución. – Servicio al cliente.
<p>ESPECÍFICOS:</p> <p>A) ¿Cuál es la influencia del aprovisionamiento en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019?</p> <p>B) ¿Cuál es la influencia de la producción en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019?</p> <p>C) ¿Cuál es la influencia de la distribución en la competitividad de las Mypes de</p>	<p>ESPECÍFICOS:</p> <p>A) Establecer la influencia del aprovisionamiento en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.</p> <p>B) Determinar la influencia de la producción en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.</p> <p>C) Definir la influencia de la distribución en la competitividad de las Mypes de fabricación</p>	<p>ESPECÍFICOS:</p> <p>A) El aprovisionamiento influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.</p> <p>B) La producción influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.</p> <p>C) La distribución influye significativamente en la competitividad</p>	<p>VARIABLE DEPENDIENTE:</p> <p>Competitividad</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Condiciones de la demanda. – Calidad del producto. – Innovación.

<p>fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019?</p> <p>D) ¿Cuál es la influencia del servicio al cliente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019?</p>	<p>y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.</p> <p>D) Especificar la influencia del servicio al cliente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.</p>	<p>de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.</p> <p>D) El servicio al cliente influye significativamente en la competitividad de las Mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019.</p>	<div style="border: 1px solid black; width: 100%; height: 100%;"></div>
TIPO / NIVEL / DISEÑO	POBLACION Y MUESTRA	TECNICAS E INSTRUMENTOS	
<p>Tipo: Básica Nivel: Descriptivo y correlacional Diseño: No experimental – transversal</p>	<p>Población: 30 MYPES Muestra: 30 MYPES</p>	<p>Técnicas: Encuesta</p>	<p>Instrumentos: Cuestionario</p>

Anexo 02: Instrumento de medición

CUESTIONARIO

Buenos días/tardes, la presente encuesta se realiza para recopilar datos acerca de la influencia de la gestión logística en la competitividad de las mypes de fabricación y comercialización de muebles del distrito Coronel Gregorio Albarracín Lanchipa, Tacna – 2019. Le agradezco de antemano cada minuto de su tiempo por responder las siguientes preguntas. Por lo que le solicito que lea cuidadosamente cada una de las preguntas y marque con una (X) la alternativa más apropiada según su criterio.

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

VARIABLE: GESTION LOGISTICA						
Dimensión: Aprovechamiento						
1	Antes de realizar sus pedidos se comunica con sus proveedores.	1	2	3	4	5
2	Usted puede negociar el precio con sus proveedores cuando no está de acuerdo.	1	2	3	4	5
3	Hace una comparación de los precios que le ofrecen sus principales proveedores con los de otros.	1	2	3	4	5
4	Su almacén le permite tener su mercadería organizada	1	2	3	4	5
5	Su negocio subcontrata el servicio de almacenamiento	1	2	3	4	5
6	Tiene un control de las mercancías que ingresan y salen del almacén.	1	2	3	4	5
7	Utiliza algún programa informático para el buen control de inventarios.	1	2	3	4	5
8	Con frecuencia actualiza su mercadería.	1	2	3	4	5
9	Usted considera que cuenta con el inventario necesario para cubrir la demanda.	1	2	3	4	5
Dimensión: Producción						
10	Considera que el tiempo que demora en la producción de los muebles es demasiado.	1	2	3	4	5
11	Se siente satisfecho con los insumos utilizados para la elaboración de los muebles.	1	2	3	4	5
12	Ha establecido horarios para la recepción de insumos y materias primas.	1	2	3	4	5
13	Las máquinas que utilizan son de última tecnología.	1	2	3	4	5
14	Usted considera que sus máquinas son mejores que de su competencia	1	2	3	4	5
15	Utiliza equipos especializados para el movimiento de los materiales.	1	2	3	4	5
16	Considera excelente la ubicación de su(s) local(es).	1	2	3	4	5

17	Conoce la capacidad máxima de sus instalaciones.	1	2	3	4	5
18	Considera que sus instalaciones son atractivas a la vista del público.	1	2	3	4	5
Dimensión: Distribución						
19	Cuenta con los medios de transporte adecuados para la movilización de sus mercancías hacia sus clientes	1	2	3	4	5
20	La mercancía tiene algún seguro en el caso que ocurriera algún accidente durante su transporte	1	2	3	4	5
21	Utiliza diferentes tipos de transporte para hacer él envío de la mercancía.	1	2	3	4	5
22	La mercadería que es enviada a sus compradores llega en las fechas acordadas.	1	2	3	4	5
23	Tiene algún plazo de entregan en caso de emergencia	1	2	3	4	5
24	Aplica técnicas especiales para reducir el plazo de entrega	1	2	3	4	5
Dimensión: Servicio al cliente						
25	Ofrece descuentos o créditos a sus clientes.	1	2	3	4	5
26	Los precios de sus productos son más bajos que de la competencia.	1	2	3	4	5
27	Considera que los clientes pagan un precio justo por su producto	1	2	3	4	5
28	Aplica estrategias de promoción.	1	2	3	4	5
29	Tiene una base de datos de los clientes.	1	2	3	4	5
30	Llama a los clientes para saber cómo les ha ido con el producto.	1	2	3	4	5
31	Usted considera que el personal está altamente capacitado.	1	2	3	4	5
32	Usted considera excelente la atención de su personal a la hora del despacho.	1	2	3	4	5
33	El personal está comprometido con los objetivos de su negocio.	1	2	3	4	5
VARIABLE: COMPETITIVIDAD						
Dimensión: Condiciones de la demanda						
34	Considera que la informalidad perjudica al crecimiento de la empresa.	1	2	3	4	5
35	La empresa realiza investigación de mercados.	1	2	3	4	5
36	La empresa se informa sobre sus competidores.	1	2	3	4	5
37	La empresa sube el precio de sus productos en temporadas festivas.	1	2	3	4	5
Dimensión: Calidad del producto						
38	Se usa materia prima de calidad en los productos que la empresa produce.	1	2	3	4	5
39	La empresa busca a los mejores proveedores.	1	2	3	4	5

40	La empresa cuenta con procesos de control de calidad.	1	2	3	4	5
Dimensión: Innovación						
41	Se fomenta la creatividad en la empresa.	1	2	3	4	5
42	Considera que los productos ofrecidos son creativos.	1	2	3	4	5
43	La empresa utiliza máquinas innovadoras para la producción de sus productos.	1	2	3	4	5

Muchas gracias.