



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

**TESIS**

**“LA INFLUENCIA DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA EN LA  
VENTAJA COMPETITIVA DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS  
MANUFACTURERAS DEL DISTRITO DE AREQUIPA, 2019”**

**PRESENTADO POR:**

**BACH. JOSÉ ARMANDO HERRERA ZÚÑIGA**

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN  
ADMINISTRACIÓN**

**ASESOR:**

**DR. JOE OLGER GUTIÉRREZ MERCADO**

**AREQUIPA - PERÚ**

**2020**

## **DEDICATORIA**

A mis tres razones de mi vida, Yuliana Arlett,  
Liana Danae y Giordana Mercedes.

A mis queridos padres, por el apoyo único y  
por ser la guía de mi camino hacia la  
superación.

A mis hermanos, por motivarme a ser una  
persona del bien.

José Armando

## **AGRADECIMIENTO**

Expresó la mayor gratitud y aprecio a:

A la Mgtr. Andrea Karina Garyt Málaga, por su constante apoyo y guía durante el desarrollo de la investigación y la exigencia para su culminación.

Una mención especial para mis familiares, por la permanente exigencia para la elaboración de la tesis y por todos sus consejos que cambiaron mi vida profesional y personal.

Agradecer a todas las personas que intervinieron directa o indirectamente en el desarrollo de la presente investigación.

## ÍNDICE

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE .....	iv
ÍNDICE DE TABLAS .....	vii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	viii
ÍNDICE DE ANEXOS .....	ix
RESUMEN .....	x
ABSTRACT .....	xi
INTRODUCCIÓN .....	xii
CAPÍTULO I .....	14
PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
1.1. Descripción de la realidad problemática .....	14
1.2. Delimitación de la investigación .....	16
1.2.1. Delimitación espacial .....	16
1.2.2. Delimitación social .....	16
1.2.3. Delimitación temporal .....	16
1.2.4. Delimitación conceptual .....	17
1.3. Formulación del problema .....	17
1.3.1. Problema general.....	17
1.3.2. Problemas específicos.....	17
1.4. Objetivos de la investigación .....	17
1.4.1. Objetivo general.....	17
1.4.2. Objetivos específicos .....	18
1.5. Hipótesis y variables de la investigación.....	18
1.5.1. Hipótesis general .....	18
1.5.2. Hipótesis específicas .....	18
1.5.3. Definición conceptual de la variable.....	19
1.5.4. Operacionalización de la variable .....	19
1.6. Metodología de investigación .....	20
1.6.1. Tipo y Nivel de investigación .....	20
a. Tipo de investigación .....	20

b.	Nivel de investigación .....	21
1.6.2.	Método y Diseño de la investigación.....	21
c.	Método de investigación .....	21
d.	Diseño de investigación .....	21
1.6.3.	Población y Muestra de la investigación .....	22
a.	Población .....	22
b.	Muestra.....	23
1.6.4.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	23
a.	Técnicas de investigación.....	23
b.	Instrumentos de investigación .....	23
1.6.5.	Justificación, importancia y limitaciones de la investigación .....	24
a.	Justificación .....	24
b.	Importancia.....	24
c.	Limitaciones de la investigación .....	25
CAPÍTULO II .....		26
MARCO TEÓRICO.....		26
2.1.	Antecedentes de la investigación.....	26
a.	Antecedentes Internacionales.....	26
b.	Antecedentes Nacionales .....	29
c.	Antecedentes Locales.....	32
2.2.	Bases teóricas de las variables.....	35
2.2.1.	Gestión logística .....	35
2.2.2.	Dimensiones de la gestión logística.....	37
2.2.3.	Ventaja competitiva.....	45
2.2.4.	Dimensiones de la ventaja competitiva.....	47
2.2.5.	Empresas manufactureras.....	54
2.3.	Definición de términos básicos .....	55
2.4.	Bases históricas.....	59
2.5.	Base legal .....	60
CAPÍTULO III .....		64
PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....		64
3.1.	Análisis de tablas y figuras .....	64
3.1.1.	Resultados sociodemográficos .....	64
3.1.2.	Resultados inferenciales.....	69

3.1.3. Contrastación de hipótesis.....	70
3.2. Discusión de resultados.....	75
CONCLUSIONES.....	80
RECOMENDACIONES .....	82
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	84
WEBGRAFÍA.....	86
ANEXOS .....	91

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de la variable gestión logística .....	19
Tabla 2. Empresas manufactureras del distrito de Arequipa .....	22
Tabla 3. Empresas manufactureras del distrito de Arequipa .....	60
Tabla 4. Edad de los encuestados .....	64
Tabla 5. Sexo de los encuestados.....	66
Tabla 6. Formación de los encuestados.....	67
Tabla 7. Tiempo de labor de encuestados en sus empresas .....	68
Tabla 8. Pruebas de normalidad de los datos .....	69
Tabla 9. Coeficiente de Correlación de Pearson .....	70
Tabla 10. Relación entre la gestión logística y la ventaja competitiva .....	71
Tabla 11. Relación entre la gestión de compras y la ventaja competitiva.....	72
Tabla 12. Relación entre la gestión de almacenamiento y la ventaja competitiva	73
Tabla 13. Relación entre la gestión de transporte y distribución y la ventaja competitiva .....	74
Tabla 14. Validación de juicio de expertos del instrumento.....	110
Tabla 15. Niveles de fiabilidad del instrumento .....	110
Tabla 16. Fiabilidad de la variable gestión logística .....	111
Tabla 17. Consistencia de fiabilidad de ítems de la variable gestión logística.....	111
Tabla 18. Fiabilidad de la variable ventaja competitiva .....	113
Tabla 19. Consistencia de fiabilidad de ítems de la variable ventaja competitiva .....	113

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Distribución de edades de los encuestados.....	65
Figura 2. Distribución de sexo de los encuestados. ....	66
Figura 3. Distribución de formación de los encuestados. ....	67
Figura 4. Distribución de tiempo de labor de los encuestados .....	68

## ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia .....	92
Anexo 2: Matriz de instrumentos .....	95
Anexo 3: Instrumento de recolección de datos .....	97
Anexo 4: Validación de instrumentos .....	101

## RESUMEN

El estudio presenta por denominación, “La influencia de la gestión logística en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019”; contempla por propósito analizar la influencia de la gestión logística en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019. Al mismo tiempo, la investigación evidencia las teorías de la gestión logística y ventaja competitiva en función a sus dimensiones e indicadores, aspectos relevantes que respaldan el marco teórico y las variables de análisis.

La metodología aplicada para su ejecución es de tipo básica, con enfoque cuantitativo, de nivel descriptivo - explicativo, método hipotético - deductivo y diseño no experimental de corte transversal y retrospectivo. Además, para la recojo de información se empleó la encuesta y cuestionario como técnica e instrumento, la misma que ha sido validada por especialistas y evaluado por la fiabilidad del alfa de Cronbach para determinar los ítems de cada variable.

Finalmente, se demostró que la gestión logística sí influye de manera positiva y significativa en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa.

**Palabras claves:** Gestión logística, ventaja competitiva, empresas manufactureras.

## ABSTRACT

The study presents by name, "The influence of logistics management on the competitive advantage of small manufacturing companies in the Arequipa district, 2019"; aims to analyze the influence of logistics management on the competitive advantage of small manufacturing companies in the Arequipa district, 2019. At the same time, the research shows the theories of logistics management and competitive advantage based on its dimensions and indicators, Relevant aspects that support the theoretical framework and the analysis variables.

The methodology applied for its execution is of a basic type, with a quantitative approach, descriptive-explanatory level, hypothetical-deductive method and non-experimental cross-sectional and retrospective design. In addition, to collect the information, the survey and questionnaire were used as a technique and instrument, which has been validated by specialists and evaluated for the reliability of Cronbach's alpha to determine the items for each variable.

Finally, it was shown that logistics management does have a positive and significant influence on the competitive advantage of small manufacturing companies in the Arequipa district.

**Keywords:** Logistics management, competitive advantage, manufacturing companies.

## INTRODUCCIÓN

En el mundo actualmente, las empresas en general han centrado su esfuerzo en ser más competitivas en el sector al que pertenecen. Pero, para alcanzar este objetivo han tratado de aplicar distintas estrategias, políticas, funciones empresariales y entre otros aspectos empresariales.

En el ámbito empresarial, las grandes empresas obtienen mejores beneficios y sobre todo reducen sus gastos. A la fecha el avance tecnológico, la globalización de la economía y el mercado han hecho que la logística sea analizada dentro de varias áreas de estudio y en especial en el sector manufacturero. Todo ello implica mejorar los procesos, las compras y el buen manejo de almacenes y transporte.

La gestión logística está compuesta por la gestión de compras, gestión de almacenamiento y gestión de transporte y distribución. Por otro lado, la ventaja competitiva está formada por la eficiencia, la innovación, la capacidad de respuesta a los clientes y la calidad. El estudio realizado está estructurado en tres capítulos, las mismas que son detalladas seguidamente:

**Capítulo I:** Pertenece al planteamiento de la investigación, donde se describe la realidad problemática, la delimitación de la investigación, la formulación general y específica del problema, las hipótesis y variables de investigación, de la misma forma se detalla la metodología de la investigación, donde se presenta el tipo y nivel, el método y diseño, la población y muestra, la técnica e instrumento de recolección de datos. Además, se detalla la justificación, la importancia y las limitaciones de la investigación.

**Capítulo II:** En esta parte se evidencia el marco teórico del estudio, donde se muestra los antecedentes a nivel local, nacional e internacional, las bases teóricas de la variable gestión logística y ventaja competitiva, las definiciones de términos básicos, las bases históricas y la base legal de la investigación.

**Capítulo III:** Se detalla y evidencia la presentación, análisis e interpretación de resultados, la misma que está compuesta por el análisis de tablas y resultados de la estadística descriptiva e inferencial, iniciando por los resultados sociodemográficos, pruebas de normalidad de datos y contrastación de hipótesis de la investigación a nivel general y específico. Además, se considera la discusión de resultados, las conclusiones, las recomendaciones, las referencias bibliográficas y anexos.

# CAPÍTULO I

## PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1. Descripción de la realidad problemática

Las empresas en general, en los últimos años han centrado su esfuerzo en ser más competitivas en el sector al que pertenecen. Pero, para alcanzar este objetivo han tratado de aplicar distintas estrategias, políticas, funciones empresariales y entre otros aspectos empresariales. En este entorno tan competitivo, muchas empresas deben adaptarse para hacer frente a la globalización y poder tener participación de mercado con resultados positivos gracias a la eficiencia en sus actividades de producción y abastecimiento (Buendía, E. 2013). Asimismo, un determinante importante de la actividad comercial es el rol que cumple la función logística para garantizar el flujo de materiales, productos e información a lo largo de los eslabones de las cadenas de suministro de la empresa de manera fluida y continua.

En el contexto mundial, la logística nace con el origen del ser humano, pero posteriormente se desarrolla en el campo militar. Sin embargo, en los años 1990 aproximadamente gana mayor relevancia en el ámbito empresarial, porque, las grandes empresas obtienen mejores beneficios y sobre todo reducen sus gastos (Mora, L. 2016).

A la fecha el avance tecnológico, la globalización de la economía y el mercado han hecho que la logística sea analizada dentro de varias áreas de estudio y en especial en el sector manufacturero, debido a que las empresas de este sector generalmente empiezan sus procesos con la compra de materias primas e insumos, para proceder al proceso de transformación, luego éstas son llevadas y vendidas

en el mercado como productos terminados. Por tanto, en estas empresas se desarrolla todo un proceso logístico que inicia con la búsqueda de proveedores y finalmente culmina con la distribución de sus productos en los diferentes puntos de venta.

En el Perú el costo de la logística representa entre 20% y 30% del total de las ventas, representando un altísimo coste si hacemos la comparación con los costos logísticos en Chile que es el 12% y en Estados Unidos (USA) un reducido 8% del total de las ventas. Esto explica que las empresas peruanas no están optimizando los procesos logísticos, sin embargo, esto se convierte en una oportunidad para cambiar y las organizaciones tomen conciencia sobre la importancia de la logística para sus procesos productivos y empresariales (Becerra, A. 2012). También, se sabe que, para mejorar los procesos, se debe mejorar las compras, se debe hacer un manejo eficiente de almacenes y transporte; con todas estas actividades en conjunto se logrará la satisfacción del cliente y la empresa podrá contar con clientes fidelizados, todo ello con una reducción de costes, que es uno de los factores por los cuales las empresas están obligadas a enfocarse en la gestión logística (Guerra, V. 2018).

En el caso de la Región Arequipa, las estadísticas presentadas por Semana económica Primer estudio sobre la situación del Supply Chain Management en el Perú, demuestran que las empresas regionales no han profesionalizado la gestión logística, debido a varias razones espacio físico, recursos económicos y capacidad laboral. Por ejemplo, sólo un 17% de las empresas de todos los sectores empresariales están integradas con los proveedores a través de algún medio tecnológico y una de cada 10 empresas usa algún software específico. Así mismo, solo el 2% de los encuestados manifestaron que tienen mano de obra calificada, esto explica que en las regiones hay una pobre gestión logística empresarial (Rojas, P. 2013).

La gestión logística de las empresas manufactureras del distrito de Arequipa se ha visto debilitadas por distintas razones. Primero, el espacio con que disponen para el almacenamiento de los insumos, materias primas y entre otros han quedado

reducidas. Así mismo, el sistema de distribución tanto de materia prima y productos acabados son dificultosos por el caótico sistema de transporte con que cuenta distrito de Arequipa (Castañeda, A. 2018). Las razones antes mencionadas manifiestan la importancia de contar dentro de la empresa con una buena gestión logística a través del cual se obtendrán beneficios de diferentes índoles, como el crecimiento de la productividad, el aseguramiento de los niveles de calidad que exige el cliente. Así también, el incremento de la competitividad empresarial, que como consecuencia de ello se tendrá la optimización de recursos y mejoras del desempeño, obteniendo así una adecuada coordinación de todos los elementos que influyen en la decisión de compra a proveedores, la sostenibilidad y éxito empresarial en el mercado, por tanto, es posible que influya en la ventaja competitiva de las empresas.

Después de analizar el contexto empresarial, el presente estudio busca analizar si una correcta gestión logística puede influir en la ventaja competitiva de las empresas manufactureras.

## **1.2. Delimitación de la investigación**

### **1.2.1. Delimitación espacial**

La investigación se realizó en el distrito de Arequipa, perteneciente a la provincia y el departamento de Arequipa.

### **1.2.2. Delimitación social**

La investigación tuvo como objetivo de estudio, estudiar a las empresas manufactureras del distrito de Arequipa, con una muestra de 60 empresas.

### **1.2.3. Delimitación temporal**

La presente investigación se desarrolló con los datos y hechos obtenidos entre los meses junio a diciembre del 2019.

#### **1.2.4. Delimitación conceptual**

La investigación presenta y desarrolla dos variables, por una parte, la gestión logística y por otra la ventaja competitiva, la misma que se desarrolla en las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa.

### **1.3. Formulación del problema**

#### **1.3.1. Problema general**

¿Cuál es la influencia de la gestión logística en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019?

#### **1.3.2. Problemas específicos**

- a. ¿Existe influencia de la gestión de compras en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019?
- b. ¿Existe influencia de la gestión de almacenamiento en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019?
- c. ¿Cómo influye la gestión de transporte y distribución en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019?

### **1.4. Objetivos de la investigación**

#### **1.4.1. Objetivo general**

Analizar la influencia de la gestión logística en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.

#### **1.4.2. Objetivos específicos**

- a. Estimar la influencia de la gestión de compras en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.
- b. Determinar la influencia de la gestión de almacenamiento en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.
- c. Determinar la influencia de la gestión de transporte y distribución en la ventaja competitiva de las de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.

#### **1.5. Hipótesis y variables de la investigación**

##### **1.5.1. Hipótesis general**

Es probable que la gestión logística influya significativamente en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.

##### **1.5.2. Hipótesis específicas**

- a. Es posible que la gestión de compras influya significativamente en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.
- b. La gestión de almacenamiento es posible que influya significativamente en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.

- c. Es probable que la gestión de transporte y distribución influya significativamente en la ventaja competitiva de las de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.

### 1.5.3. Definición conceptual de la variable

#### **Variable independiente: Gestión logística**

Son todas aquellas acciones y procedimientos que la empresa realiza para el proceso de abastecimiento, almacenamiento, transporte y distribución de todos los recursos necesarios para el desarrollo de sus actividades internas y externas.

#### **Variable dependiente: Ventaja competitiva**

Es la característica de una empresa que a diferencia de otras empresas competidoras, se coloca en una posición relativamente superior para participar y competir en el mercado.

### 1.5.4. Operacionalización de la variable

**Tabla 1**  
*Operacionalización de la variable gestión logística*

<b>Tipo de variable</b>	<b>Variable</b>	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>
Variable independiente	Gestión logística	D1: Gestión de compras  D2: Gestión de almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda de fuentes y contratos de aprovisionamiento</li> <li>• Políticas de compras</li> <li>• Niveles y registros de existencias</li> <li>• Políticas de almacenamiento</li> </ul>

		D3: Gestión de transporte y distribución	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastos incurridos en almacenamiento</li> <li>• Medios de transporte</li> <li>• Distribución</li> <li>• Oportunidad de distribución</li> </ul>
		D1: Eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productividad de los empleados</li> <li>• Productividad del capital</li> <li>• Innovación de productos</li> <li>• Innovación de procesos</li> </ul>
Variable dependiente	Ventaja competitiva	D2: Innovación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación de procesos</li> <li>• Tiempo de respuesta a los clientes</li> <li>• Calidad superior</li> </ul>
		D3: Capacidad de respuesta a los clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad superior</li> <li>• Calidad como confiabilidad</li> </ul>
		D4: Calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad como confiabilidad</li> </ul>

Fuente: Adaptado de (Valdés, A.1988) y (Hill, C., y Jones, G.2011).

## 1.6. Metodología de investigación

### 1.6.1. Tipo y Nivel de investigación

#### a. Tipo de investigación

La presente investigación es básica, porque se utilizó los conocimientos básicos de las ciencias empresariales y pueden ser aplicados en la práctica. Por otro lado, el tipo de investigación del presente estudio es de enfoque cuantitativo, por el análisis, recolección y medición numérica de datos para probar las hipótesis planteadas, asimismo se aplicó el análisis estadístico inferencial, con la finalidad de proponer nuevas teorías y comportamientos.

## **b. Nivel de investigación**

(Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, M. 2014), sustentan que las investigaciones pueden tomar el nivel exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo, esto se dará según la necesidad de estudio.

El presente estudio tiene alcance a nivel descriptivo y explicativo. En el primer caso es descriptiva porque se analizó el comportamiento de las variables de control. Así mismo, para alcanzar el objetivo general y específico es explicativo.

### **1.6.2. Método y Diseño de la investigación**

#### **c. Método de investigación**

La investigación presenta un método hipotético-deductivo, porque se demostró las conclusiones en función al estudio de las bases teóricas e hipótesis formuladas.

Al respecto (Hernández-Sampieri, R. et al. 2014), argumenta que es un método en el que el análisis de la información parte del planteamiento de la hipótesis y se deduce los resultados en función a la información obtenida en la investigación.

#### **d. Diseño de investigación**

El diseño de la investigación es no experimental, porque el estudio se llevará a cabo sin la manipulación de ninguna de las variables y solo se observará los fenómenos tal cual se presentan al momento de analizar la información recolectada. Así mismo, la investigación es de corte transversal y retrospectivo; transversal porque la información que se recolecta se da en un solo momento y retrospectiva

porque se contrastan las hipótesis para determinar las conclusiones de la investigación (Hernández-Sampieri, R. et al. 2014).

### 1.6.3. Población y Muestra de la investigación

#### a. Población

Para el presente estudio la población que se consideró estuvo conformada por las empresas manufactureras del distrito de Arequipa. Para esto, se tomó como referencia la base de la información proporcionada por el Ministerio de la Producción en el año 2014. Dentro de esta base de datos se ha identificado a 60 empresas activas según RUC en la SUNAT y además estas empresas pertenecen al sector manufacturero registrado según CIIU versión 3, como se muestra en la tabla N° 03.

**Tabla 2**  
*Empresas manufactureras del distrito de Arequipa*

<b>Tipo de empresa</b>	<b>N° de empresas</b>
Industria alimenticia	03
Industria pesquera	01
Industria de productos lácteos.	01
Industria química.	01
Industria de minerales no metálicos.	01
Industria de textiles y cueros.	16
Industria de madera y muebles.	09
Industria de papel e impresión.	08
Industria de productos metálicos, maquinaria y aparatos eléctricos.	06
Industria de Instrumentos de óptica y relojes.	01
Industria de curtido y adobo de cueros	02
Industria de bebidas no alcohólicas	01
Industria de panadería.	07
Industria de plásticos	03
<b>Total</b>	<b>60</b>

Fuente: (Ministerio de la Producción, 2014).

## **b. Muestra**

La muestra es considerada el subconjunto de la población. Para el presente estudio, el método de muestreo para el estudio es no probabilístico y dentro de la misma se aplica el muestreo intencional o de conveniencia hasta alcanzar el tamaño de la muestra.

Al respecto (Ramírez, T. 1997), menciona que la muestra censal es aquella que considera todas las unidades de la población como muestra, este tipo de muestra se utiliza cuando la población en estudio es pequeña y para obtener resultados óptimos en la investigación es necesaria su consideración total.

En el estudio se aplicó la muestra censal, porque la población es pequeña; es decir, la muestra de la investigación está conformada 60 empresas manufactureras del distrito de Arequipa. El instrumento estuvo dirigido y llenado por un colaborador de la empresa, entre ellos se encuentran: los gerentes(s), administrador y otros que tengan capacidad de decisión.

### **1.6.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

#### **a. Técnicas de investigación**

(Hernández-Sampieri, et al. 2014), consideran que las técnicas de recolección de datos pueden ser la encuesta, entrevista, observación y entre otros.

La técnica de recolección para el presente estudio será la encuesta, porque permite la recolección de la información de forma ordenada, anónima y según la necesidad de las variables a investigar. Además, esta técnica de recolección de información se realiza de forma escrita mediante un instrumento, que contiene una serie de preguntas.

#### **b. Instrumentos de investigación**

El instrumento aplicado en la presente investigación es el cuestionario bajo la escala de Likert. De acuerdo a (Hernández-Sampieri, et al. 2014), el cuestionario es un instrumento que se basa en una serie de preguntas planteadas en función a las variables que se pretende medir o estudiar.

### **1.6.5. Justificación, importancia y limitaciones de la investigación**

#### **a. Justificación**

Justificación teórica, se fundamenta porqué se realizó la revisión bibliográfica sobre los temas en cuestión. Así también, en un primer momento se realiza la búsqueda preliminar de trabajos similares en la región, pero, no se encontró tal información; por lo tanto, esta investigación aporta a los estudios teóricos de esta línea de estudio. Además, servirá para que la comunidad académica pueda seguir estudiando la gestión logística y su relación con otras variables empresariales.

Justificación metodológica, para el logro de los objetivos se optó en emplear técnicas que sustenten la metodología y nos permitan medir las variables. Así también, la utilización de instrumentos validados que fomentan obtener resultados significativos.

Justificación práctica, se encuentra sustentada en los resultados obtenidos después de realizada la investigación, porque los empresarios pueden considerar esta información para la toma de decisiones relacionados a la gestión de su logística empresarial. De tal forma, centrar sus esfuerzos en la optimización de algunos costos logísticos que incurre toda la organización y de esta forma alcanzar la ventaja competitiva.

#### **b. Importancia**

La investigación es importante porque se estudió dos variables, la gestión logística y la ventaja competitiva, donde presentó marco teórico en función a las dimensiones e indicadores de cada una de ellas. Así mismo, se comparó los resultados alcanzados con los resultados de los antecedentes plasmados en las bases teóricas, esto nos permitió realizar la discusión y de una forma u otra nuestro estudio aportará en el aspecto teórico y comparativo. Finalmente, la investigación ejecutada servirá de mucha ayuda a otras investigaciones, las mismas puedan considerar puntos relevantes para estudios futuros y relacionados a la misma línea de estudio.

### **c. Limitaciones de la investigación**

En el primer caso falta de información técnica, este es un principal inconveniente debido a que no hay estudios previos que analicen información similar, esto implica preparar el instrumento de medición para la variable independiente y dependiente.

En relación con la segunda limitación, por las características de las empresas manufactureras pueden negarse a dar información por razones de confidencialidad, sin embargo, se dio el mayor esfuerzo en la búsqueda de información para obtener resultados. La tercera limitación es el sesgo del sujeto, es otro aspecto para considerar, porque los directivos o administrativos de las empresas podrían negarse a colaborar con la encuesta. Así mismo, podrían darnos información irreal de la situación de la empresa.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. Antecedentes de la investigación**

##### **a. Antecedentes Internacionales**

(Travaglini, M. 2016), en su tesis doctoral denominada, “La logística en las empresas virtuales”, donde formula como objetivo principal “Analizar la actividad logística en red de las empresas y el impacto que las nuevas tecnologías tienen sobre la logística; así también, como poner en manifiesto las condiciones de relación interempresarial existente en los canales de distribución”. En este sentido, el estudio de investigación formula como objetivos específicos manifestar los actuales estímulos que fomenten el comportamiento de participación en los integrantes del canal de distribución, adicionalmente revelar que en la medida que las organizaciones desarrollen su capacidad de colaboración, participación, compromiso y confianza en sus vínculos, generarán un incremento en los resultados y la satisfacción con la función de la gestión logística. El documento de investigación tiene un enfoque basado en técnicas cualitativas. La investigación tiene como conclusión principal, que la aplicación de la gestión logística en las empresas virtuales brinda notables contribuciones, por ende, las organizaciones deben estar encaminadas a desarrollar, utilizar y transformar sus estrategias y políticas, comprometiéndose de forma efectiva para la evolución tecnológica. Así mismo, considera de vital importancia la generación y mantenimiento de vínculos consistentes y duraderos en los canales relacionados, que son necesarios en las plazas competitivas en los cuales actúan las organizaciones.

(Gonzales, 2014), en su documento de investigación que lleva por título, “Logística y distribución comercial: Modelos de gestión de inventarios con patrón de demanda potencial”, en el cual plantea como objetivo principal “Contribuir a la mejora de algunos modelos de inventario, analizando y estudiando las operaciones empresariales relacionadas con la gestión de stocks para mejorar los resultados, la eficiencia y la competitividad de las empresas”. Adicionalmente el estudio de investigación formula como objetivos específicos realizar el estudio de prototipos de cantidad de pedidos con la demanda variable en el tiempo, así como la cantidad de producción con el tiempo de reposición. En relación con la metodología de estudio tiene un enfoque cuantitativo basado en técnicas de optimización de corte científico. En consecuencia, el estudio de investigación llega a la conclusión que los diferentes modelos de gestión de stocks buscan garantizar políticas óptimas, con el objetivo de reducir los costos totales del inventario, buscando la satisfacción de los clientes y cubriendo las necesidades del proceso de producción. De igual forma, los nuevos modelos de inventario generan un avance a la realidad en el ámbito de gestión logística de stocks, favoreciendo a las organizaciones en la toma de decisiones en torno a la logística, marketing y la distribución comercial, originando un crecimiento en la eficiencia y eficacia de las actividades empresariales de la organización, por ende, un mejor servicio para el consumidor.

(Parra, J. 2016), en su tesis de investigación titulada, “Modelizado para la planeación de la producción y la logística directa e inversa de una cadena de suministro cuyo abastecimiento depende parcialmente de los materiales de retorno”, desarrollada para optar el grado de doctor. La investigación presentó por objetivo principal “Desarrollar un modelo para la toma de decisiones relacionadas con la planeación de la producción y de la logística directa e inversa para una cadena de suministro cuyo abastecimiento depende parcialmente de los retornos, haciendo uso de técnicas de optimización propias de la investigación de operaciones”. Al mismo tiempo se plantea como objetivos específicos determinar el estado actual del sistema de distribución de los diversos productos y la recolección de los materiales de retorno comprendiendo su influencia en la producción, por otra parte, realiza un análisis de los sistemas de ruteo del transporte y la gestión de inventarios; asimismo, analiza el sistema de producción y el sistema de distribución

de los productos finales. Igualmente, el estudio tiene un enfoque teórico aplicado de alcance explicativo, llegando así a la conclusión más resaltante, donde señala que es viable modernizar sistemas logísticos complejos mediante la implementación de la programación matemática, siendo una excelente alternativa para la toma de decisiones; asimismo, para conseguir la integración de la gestión de producción y la logística directa e inversa deberán de cumplir con una serie de requerimientos que incluye la planificación, determinación de las rutas de distribución de los productos y de la cadena de suministros.

(Jiménez, B. 2014), en su investigación de grado doctoral denominado “Nuevos retos de investigación para la logística inversa. Análisis de la demanda de productos refabricados” en el cual plantea como objetivo principal “Proponer un modelo explicativo del comportamiento de compra del potencial consumidor de portátiles refabricados”. El estudio formula como objetivos específicos, determinar la demanda de portátiles refabricados para identificar el mercado de consumidores dispuestos a obtener estos productos. Así mismo, estudiar el perfil del potencial consumidor de portátiles refabricados, determinando qué variables pueden influir en la disposición de compra de los potenciales consumidores. Por otra parte, el estudio de investigación tiene un enfoque explicativo de alcance empírico. El tesista llega a la conclusión, que los potenciales consumidores están dispuestos a la adquisición de productos refabricados debido a que favorecen a la preservación del medioambiente, por lo cual, las organizaciones deberían estar enfocadas en incluir políticas de comunicación de los factores positivos de los productos refabricados y de sus principales características.

(Ortiz, A. 2013), en su tesis de investigación titulada “Diseño de un modelo de sistema inteligente como soporte de decisión para la gestión empresarial en las Pymes”, donde plantea como objetivo general “Diseñar un modelo de sistema inteligente para la evaluación y mejora de la gestión empresarial, que soporte la toma de decisiones en las Pymes industriales”. De igual forma, el estudio de investigación plantea como objetivos específicos analizar las características de la gestión empresarial para determinar su adaptabilidad en el escenario local, al mismo tiempo conocer las características de las Pymes industriales para establecer

su perfil de gestión actual, validando el modelo propuesto por medio de su aplicación en las empresas para examinar su potencialidad evaluativa adaptando adecuadamente sus parámetros. Por otra parte, el estudio de investigación tiene un enfoque descriptivo de alcance exploratorio y corte correlacional, confirmativo. El estudio llegó a la conclusión, de que las Pymes no se controlan de forma eficiente con los costos logísticos, en consecuencia la mejora de la gestión logística a través de la eliminación de ineficiencias tiene un impacto significativo y directo en la reducción de costos, adicionalmente genera un probable incremento en los ingresos así como en la rentabilidad de las pymes, por otra parte los procesos de planificación, ejecución, verificación y la mejora continua inciden positivamente en la gestión empresarial, igualmente los procesos que generan una mayor influencia e impacto significativo en la gestión de las pymes son las variables de ejecución y planificación.

#### **b. Antecedentes Nacionales**

(Barrantes, F., Urday, C. y Cebreros, P. 2017), en su tesis de pregrado titulado “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”; la investigación planteó por propósito “Determinar la influencia de la gestión logística en la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra”. Complementariamente el estudio de investigación sugiere como objetivos específicos diagnosticar la influencia del abastecimiento y de los costos de los procesos, en la competitividad de las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra, así como determinar como la información integrada de las organizaciones influye en la competitividad. En efecto, la metodología aplicada es de carácter mixto y un diseño no experimental. La investigación demostró que la gestión logística tiene un impacto muy importante en la competitividad de las pymes del sector construcción. Además, menciona que la optimización en el abastecimiento, los costos de proceso y la integrada información de la empresa influyen de forma positiva en las pymes del sector construcción, repercutiendo también en su competitividad.

(Corcuera, K. 2016), en su tesis de investigación titulada “Gestión logística y su efecto en la rentabilidad de la empresa interamericana Trujillo S.A. año 2016; la cual tuvo por propósito principal “Analizar el efecto de la gestión logística en la rentabilidad de la empresa interamericana Trujillo S.A año 2016”. En consecuencia, el estudio de investigación plantea como objetivos específicos la forma de analizar la gestión logística de la organización y evaluar su rentabilidad, desarrollando una propuesta que genere mejoras en la gestión logística de la empresa interamericana Trujillo S.A. Año 2016. Por otra parte, el estudio de investigación cuenta con un alcance descriptivo y diseño no experimental de corte transversal. El principal resultado que la investigación evidencia es que la gestión logística influye de forma positiva en la rentabilidad operativa logrando un incremento de 2.76% debido a la mejora en los procesos de control de inventarios; por lo tanto, genera un incremento en la rentabilidad neta de la organización, la cual, permite reducir el sobrecosto de mantener los inventarios por un periodo de tiempo exagerado. Complementariamente al momento de evaluar la rentabilidad se determinó una disminución en 2.27% con respecto al año anterior, identificado con las fluctuaciones del costo de ventas.

(Flores, C. 2014), en su investigación denominada “La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima metropolitana”, en el cual se planteó como objetivo principal “Determinar la influencia de la gestión logística en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima metropolitana”. Adicionalmente, la investigación plantea como objetivos específicos, determinar el nivel de influencia directa del proceso de la gestión de compras y abastecimiento sobre la rentabilidad económica de las empresas especializadas en implementación de campamentos de índole minero en Lima Metropolitana, así mismo determinar la influencia de la gestión logística de los centros de distribución y almacenes en la rentabilidad financiera, igualmente determina la influencia del proceso de transporte y distribución ante el riesgo financiero de las empresas especialistas en implementación de campamentos en el sector minero en Lima Metropolitana. La metodología empleada es de nivel descriptivo y de diseño no experimental. Finalmente, la

investigación expresa que las empresas que no cumplan de manera eficiente el proceso de la gestión compras y abastecimiento, tendrán que generar requerimientos innecesarios, las cuales influyen negativamente en la rentabilidad, la gestión de transporte y distribución. Por otro lado, el servicio al cliente influye de forma negativa en la rentabilidad económica y financiera de la organización debido a su deficiente implementación en las empresas.

(Condori, M. 2016), en su tesis de investigación que lleva por título, “Calidad de servicio como una ventaja de competitividad empresarial en los microempresarios confeccionistas de la plaza internacional San José de la ciudad de Juliaca, 2016”; en el cual se plantea como objetivo principal “Determinar la relación entre la calidad de servicio y la competitividad empresarial en los microempresarios confeccionistas de la plaza internacional San José de la ciudad de Juliaca, 2016”. Al mismo tiempo, la investigación identifica como objetivos específicos definir la relación que existe entre la calidad de servicio con las dimensiones de eficiencia empresarial, la efectividad empresarial y la mejora continua empresarial en los microempresarios confeccionistas de la plaza internacional San José de la ciudad de Juliaca, 2016. La metodología utilizada es de diseño no experimental, con un alcance correlacional, respondiendo a un corte transversal. Por último, el estudio llega a la conclusión de la existencia de una correlación significativa entre la calidad de servicio y la competitividad empresarial teniendo un valor correlacional de 41.5% originando un resultado positivo para la organización. Asimismo, existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la eficiencia empresarial; seguidamente la efectividad empresarial y la mejora continua empresarial evidencian la existencia de correlación positiva plasmándose en la calidad de servicio de los microempresarios de la plaza San José.

(Calderón, G. y Cornetero, A. 2014), en su tesis de pregrado titulada “Evaluación de la gestión logística y su influencia en la determinación del costo de ventas de la empresa distribuciones NAYLAMP S.R.L. ubicada en la ciudad de Chiclayo en el año 2013”, en el cual presentó por objetivo principal “Evaluar la gestión logística y su influencia en la determinación del costo de ventas de la empresa distribuciones NAYLAMP S.R.L. ubicada en la ciudad de Chiclayo en el

año 2013”. Seguidamente, se identificó como objetivos específicos la posibilidad de evaluar el proceso de la cadena de suministro, la capacidad de influencia de la infraestructura y su mantenimiento en el proceso logístico de la organización, especificando el costo de ventas de la empresa y proponiendo un modelo más eficiente para el proceso de gestión logística para la empresa Distribuciones Naylamp S.R.L ubicada en la ciudad de Chiclayo en el año 2013. Por otro lado, la metodología empleada es bajo un enfoque experimental de análisis y síntesis. En este sentido, el estudio llega a la conclusión de que el proceso de gestión logística influye sustancialmente en la determinación del costo de ventas, desarrollándose de forma efectiva el proceso logístico. Identificando que la empresa Distribuciones Naylamp S.R.L, no desarrolla un eficiente proceso de gestión logística por lo que se deberá implementar mejoras significativas para alcanzar las pretensiones de la organización.

### **c. Antecedentes Locales**

(Bustamante, E. 2016), en su tesis de pregrado titulada “Generación de ventajas competitivas de carácter sostenible a partir de la logística inversa: El caso de la empresa Scharff, Arequipa 2015”, en el cual se plantea como objetivo principal “Determinar si se generan ventajas competitivas de carácter sostenible a partir de la logística inversa”. Así mismo, el estudio de investigación esboza como objetivos específicos definir las observaciones del diseño de la logística inversa en una organización, determinando los requerimientos de la logística inversa necesarios para generar ventajas competitivas de forma sostenible y sus beneficios empresariales que propaga a las organizaciones, así como el impacto que desarrolla en el consumidor final. La metodología empleada muestra un enfoque descriptivo y explicativo de alcance documental, corte relacional. En síntesis, la investigación llega a la conclusión de que la logística inversa genera una considerable competitividad sostenible, favoreciendo el desarrollo de diferentes empresas industriales y comerciales, que adapten los procesos necesarios, para obtener una ventaja competitiva es necesario un trabajo en equipo de los diferentes intérpretes económicos de los procesos. Complementariamente la logística inversa admite una diversidad de aspectos que generan bajo impacto en el ambiente que

genera la organización, el aprovechamiento eficiente de los recursos, la incorporación de nuevas tecnologías en los procesos y la exploración del desarrollo sostenible de los sistemas empresariales de la organización.

(García, F. 2015), en su investigación de grado titulada “Modelo de logística inversa para materiales residuales reutilizables de la plataforma Andrés Avelino Cáceres, Arequipa 2025”, en el cual se plantea como objetivo principal “Proponer un modelo de logística inversa para los materiales residuales reutilizables en la plataforma de Andrés Avelino Cáceres”. Complementariamente, la investigación formula como objetivos específicos desarrollar un diagnóstico sobre las condiciones que se necesita para realizar una estimación logística sobre la manipulación y disposición de los productos residuales, reutilizables de la producción, asimismo determinar los elementos críticos de manipulación directa o indirecta para la reutilización de los materiales residuales de la plataforma Andrés Avelino Cáceres, adicionalmente identificar la metodología más eficiente para implementar el modelo logística inversa. Así mismo, el estudio presentó un enfoque de tipo descriptivo – explicativo y de alcance sistemático, de corte evaluativo. En virtud la investigación llega a la conclusión que es posible que la implementación de un modelo de logística inversa, debido que existen todas las facilidades del organismo municipal competente e involucrado y la plataforma, generando que a corto plazo puedan obtenerse resultados beneficiosos de forma significativa, favoreciendo a la plataforma a mejorar su competitividad empresarial así como la mejora que al medio ambiente generaría la implementación del modelo de logística inversa mediante la recolección, reciclaje y transporte.

(Huanca, J. 2016), en su investigación de pregrado denominada “Modelo estratégico para optimizar la gestión logística de compras y control de inventarios de materias primas en una empresa agroindustrial 2015”, en el cual se plantea como objetivo principal “Desarrollar un modelo estratégico para optimizar la gestión logística de compras y control de inventarios de materias primas en una empresa agroindustrial, incrementando su eficiencia”. Con esa finalidad plantea como objetivos específicos, puntualizar el proceso real de abastecimiento de materias primas, así como detallar y analizar las imperfecciones en el sistema de gestión de

adquisición y control de inventarios, desarrollando un modelo logístico para acrecentar la eficiencia de dichos procesos. La metodología de investigación muestra enfoque cuantitativo y un nivel de tipo descriptivo. Seguidamente la conclusión que resalta la investigación, es la aplicación del modelo propuesto de gestión logística y control de inventarios, la misma que lograría mejorar de forma inimaginable la eficiencia en el flujo de adquisiciones de materia prima más adecuada y especializada con niveles de inventario óptimos y adecuados que generan mejoras en el proceso y actividades logísticas actuales, generando un incremento en la competitividad de la organización favoreciendo a obtener sus objetivos establecidos.

(Arpasi, 2014), en su tesis de pregrado titulada “Mejora de métodos de la gestión logística para la empresa de transportes turismo express internacional sur oriente S.R.L, Puno, 2013”, en el que plantea como objetivo principal “Proponer métodos para la gestión logística de la empresa de transportes y turismo express internacional sur oriente, S.R.L., Puno, 2013”. Adicionalmente, el estudio formula como objetivos específicos identificar las principales apreciaciones de la gestión logística y almacenes, así como examinar la gestión logística actual en el almacén y taller de mantenimiento, proponiendo alternativas de mejoras en la gestión logística de la empresa de transportes y turismo express internacional sur oriente, S.R.L. Por otra parte, la metodología expresa un enfoque cuantitativo, descriptivo y relacional de alcance tipo documental, de corte transversal. El tesista explica la principal conclusión: indica que el perfeccionamiento del procedimiento de la gestión logística es beneficioso para la empresa, señalando que al ser efectuada está ofrecerá beneficios positivos para la organización; asimismo, generará unos cambios significativos en los métodos utilizados, el desempeño del personal y del servicio, lo que originará un incremento en los ingresos económicos de la empresa.

(Pastor, G. 2013), en su tesis de pregrado titulada “Propuesta de un sistema de gestión logística para el aprovisionamiento basado en el sourcing estratégico y el modelo de la simulación en la compañía minera ARES SAC, Arequipa, 2013”, en el cual plantea como objetivo principal “Proponer un sistema de gestión logística para el aprovisionamiento basado en el sourcing estratégico y el modelo de la

simulación en la compañía minera ARES SAC para mejorar su eficiencia; por otra parte, se plantea como objetivos específicos detallar el proceso logístico de aprovisionamiento que se realiza en la empresa minera ARES SAC, así como describir y analizar las deficiencias del proceso logístico de aprovisionamiento desarrollando dos alternativas basados en el sourcing estratégico las cuales puedan reducir las deficiencias en la compañía minera ARES SAC. Igualmente, el estudio de investigación presenta un enfoque descriptivo de alcance tipo de campo, porque la información será recopilada de fuentes directas. Asimismo, la investigación expone las principales conclusiones: Menciona que es necesario la aplicación de un sistema de gestión logística para el aprovisionamiento programado enfocado en el sourcing estratégico y el modelo de simulación planteado que ahorra costos y tiempo. Al mismo tiempo, manifiesta que el sistema incrementa una mejora significativa en el acceso a proveedores teniendo la disponibilidad de recursos e insumos para el proceso productivo de la compañía minera ARES SAC.

## **2.2. Bases teóricas de las variables**

### **2.2.1. Gestión logística**

Se ha revisado información teórica referida a la gestión logística, encontrándose una gran variedad de definiciones acerca de la variable. Por consiguiente, se plasman las principales definiciones que nos permitan entender la gestión logística.

(Valdés, A. 1988), menciona que el área de logística de una empresa debe tener una buena gestión por ser una función básica para el funcionamiento de esta; asimismo, permite la obtención de rentabilidad por su relación directa con el aspecto económico de la empresa. Además, determina que la gestión logística es el flujo de todos los recursos y materiales identificados para el desarrollo de las funciones y actividades de todos los elementos de la organización.

Por otro lado, (Flores, C. 2014), describe que la logística tiene sus orígenes en el campo de las bases militares, identificado con la adquisición y suministro de los equipos y materiales idóneos para realizar de forma eficaz una misión. En la actualidad, el término gestión logística es comprendida como un sistema que nos facilita realizar el suministro de materiales, productos, almacenamiento, fabricación y distribución de sus productos como un proceso integrado fundamental, con el objetivo de compensar las necesidades y exigencias de los consumidores de la forma más eficaz generando el mínimo costo posible para la organización.

Mientras tanto, (Barrantes, F. et al. 2017), expresan que la logística es de gran importancia en una organización ya que su objetivo principal es satisfacer el servicio hacia los clientes, para lograr una gestión logística eficaz en una empresa se debe planear, organizar y controlar de forma eficaz y eficiente el proceso de almacenamiento de los bienes y servicios e información vinculada en todo el proceso, desde el ingreso hasta la salida con el objetivo de cumplir con las expectativas y satisfacer las necesidades de los consumidores. Adicionalmente la adquisición y distribución son parte fundamental del proceso de gestión logística ya que permite optimizar el transporte al menor costo, buscando progresivamente la reducción de inventarios.

(Mora, L. 2016), sostiene que la gestión logística es considerada una ventaja competitiva para todas aquellas organizaciones que son diferentes en el ámbito moderno, atestado de adelantos tecnológicos, incremento de la competencia y una considerable exigencia de los clientes, generando organizaciones que buscan ser más eficientes y productivas en las actividades de cadena de abastecimiento, debido que su desarrollo genera grandes oportunidades para la empresa, desde rentabilidad y la optimización de los niveles de inventarios. Así también, se busca ser eficaz con la optimización de la red de distribución y de diferenciación del servicio al cliente.

(Anaya, J. 2007), explica que la palabra logística, proviene etimológicamente del griego, el cual significa flujo de materiales, la logística presenta un vínculo de manera directa con todas las actividades relacionadas a la fase de

aprovisionamiento, fabricación, almacenaje y distribución de productos, por otra parte, estas etapas son la claves para generar un crecimiento sostenible de forma competitiva en las organizaciones, favoreciendo el incremento de satisfacción del cliente.

(Pau, J. y De Navascués, R. 2001), manifiestan que la logística es una de las funciones claves para el éxito de las empresas, ofreciendo al cliente un nivel elevado de calidad global al coste más bajo posible, siendo una herramienta de management total conduciendo a mejorar la competitividad y rentabilidad de las empresas. Por lo tanto, estas deben estar en función de gestión de materiales (aprovisionamiento), logística interna (almacenamiento) y logística de distribución.

### **2.2.2. Dimensiones de la gestión logística**

La forma de medir la gestión logística de las empresas es diversa, a continuación, se analizan los trabajos de investigación con esta variable, sus dimensiones y los indicadores.

(Valdés, A. 1988), menciona tres dimensiones para medir la gestión logística, que son a través de la gestión de compras y sus indicadores que son la búsqueda de fuentes de aprovisionamiento y contratos de aprovisionamientos, así como políticas de compras. La dimensión gestión de almacenamiento y sus indicadores niveles de existencia, registro de existencia, políticas de almacenamiento, gastos incurridos en el almacenamiento y finalmente la dimensión de gestión de transporte y distribución presenta los siguientes indicadores medios de transporte, oportunidad de distribución.

Por otro lado, (Travaglini, M. 2016), propone medir la logística empresarial, con las dimensiones e-commerce, su indicador es social, económico y cultural. La distribución, sus indicadores son económico, competitividad. Gestión de sistemas, su indicador es logística, suministro y la tecnología, su indicador es de información, comunicación.

Por su parte, (González, M. 2014), analiza la variable gestión logística, a través de los indicadores gestión de stock, su indicador es planificar e implantar. El marketing, su indicador son las estrategias y finalmente la distribución, su indicador es eficiencia y efectividad. Finalmente, (Cornetero, A. y Calderón, G. 2014), evalúa la gestión logística con las siguientes dimensiones, compras y sus indicadores son la requisición, cotización, proveedor, compra, seguimiento, recepción y factura; dimensión almacenamiento, sus indicadores son el producto disponible, pedidos, tiempo y caducidad; y dimensión distribución, sus indicadores son las operaciones comerciales, reducción de costo venta transporte, vendedores y repartidores.

Asimismo, la gestión logística es identificada con el flujo de materiales desde el proveedor hasta el cliente final, teniendo como finalidad obtener, almacenar, transportar, manipular y distribuir las materias primas que la empresa requiere para su funcionamiento y el desarrollo de los productos solicitados por los clientes o consumidores finales.

Para el presente estudio tomaremos las dimensiones e indicadores propuestos por el autor (Valdés, A. 1988). A continuación, desarrollamos cada una de las dimensiones propuestas.

### **A. Gestión de compras**

Este término de gestión de compras es estudiado con diferentes términos como gestión de abastecimiento, adquisiciones, cadena de suministro y entre otros (Corcuera, K. 2016, Flores, C. 2014, Jiménez, J. y Hernández, S. 2002, Mora, L. 2016, Beltrán, A. y Burbano, A. 2002).

A la gestión de compras se le conoce como la etapa de abastecimiento de materias primas y elementos fundamentales y necesarios para que la organización desarrolle sus productos o servicios. Al mismo tiempo, desarrolla los vínculos estratégicos buscando relaciones duraderas con los proveedores más calificados

para la organización, para tal propósito es fundamental identificar la demanda, la previsión de la producción y la gestión de inventario (Corcuera, K. 2016).

Al respecto, (Jiménez, J. y Hernández, S. 2002), determinan que la gestión del proceso de compras o aprovisionamiento es considerada muy importante, teniendo la función principal de generar alianzas y planes estratégicos con los proveedores facilitando el proceso de fabricación y desarrollo de nuevos productos. Asimismo, en esta etapa se clasifican los proveedores de acuerdo con la contribución en los procesos más importantes de la organización, generando una relación a largo plazo.

De forma similar, (Beltrán, A: y Burbano, A. 2002), conceptualizan la gestión de compras, como el proceso identificado con las actividades relacionadas con la cadena de abastecimiento, la adquisición de materiales, proporcionando un flujo constante de materiales, productos y servicios necesarios para ejercitar y obrar una organización, así como de clasificar a los proveedores más competentes para poder reducir el costo total.

Finalmente, (Escrivá, J. Savall, V. y Martínez, A. 2007), señala que la gestión de compras o aprovisionamiento, como la etapa de adquisición de materiales, productos y servicios de un entorno exterior a la empresa, los cuales son necesarios para el funcionamiento y desarrollo de las organizaciones, al mismo tiempo dichas adquisiciones deberán cumplir con los estándares de calidad, cantidad y plazos establecidos por la empresa para la realización de sus funciones de manera competitiva, para tal caso se buscará obtener el menor precio posible del mercado.

(Mora, L. 2016), define la gestión de compras como el proceso de abastecimiento, un conjunto de actividades relacionadas con la compra y contratación de las materias primas requeridas para satisfacer el proceso productivo de la empresa.

Por su parte, (Flores, C. 2014), refiere como el proceso clave y fundamental en la cadena de suministro, convirtiéndose en la primera función de la organización para conseguir las materias primas más adecuadas y competitivas, satisfaciendo las necesidades de abastecimiento de materias primas y productos identificados para desarrollar el proceso productivo de las empresas, adicionalmente para satisfacer las expectativas y generar competitividad en el proceso se necesitará conseguir las mejores adquisiciones existentes.

A continuación, desarrollamos cada uno de los indicadores propuestos por el autor (Valdés, A. 1988).

- **Búsqueda de fuentes y contratos de aprovisionamiento**

Llamada a la etapa por el cual se garantiza la selección de los proveedores más competitivos y capacitados del mercado de acuerdo con las características y objetivos de una organización, desarrollando una relación con el proveedor que genere retribuciones positivas para la empresa, así mismo se debe de promover la competencia sana entre nuestros los proveedores para garantizar la fluidez de aprovisionamiento de recursos, materiales y servicios que son esenciales para el desarrollo de las actividades de una empresa (Valdés, A. 1988). Por otro lado, los contratos de aprovisionamiento es la etapa donde se desarrollan compromisos estables con el proveedor, así mismo cumpliendo con una duración determinada a los plazos establecidos para la entrega de los productos o servicios, lo cual genera una ventaja para la organización ya que no se verá involucrada con el sobreabastecimiento y los gastos de stock que estos significaban. Por otra parte, el proveedor estará en la capacidad de planificar de forma oportuna la fabricación, generando un suministro confiable con las características establecidas (Valdés, A. 1988).

- **Políticas de compras**

Es el proceso mediante el cual las organizaciones desarrollan modelos para determinar las condiciones, el tiempo de pago y los proveedores más competitivos con los que contará la empresa al momento de adquirir los recursos necesarios para la producción de la organización, así mismo las políticas de compras permitirán reducir la duplicidad de pedidos, desperdicios y evitando la acumulación de productos obsoletos (Valdés, A. 1988).

## **B. Gestión de almacenamiento**

Es el proceso que se relaciona con la necesidad de toda organización o empresa para lograr organizar y clasificar de forma competitiva y eficiente sus productos, de la misma forma con que regula la rotación de los productos, así como las materias primas con el objetivo de maximizar la utilización del espacio generando el menor costo posible para la empresa, para tal consiga la organización deberá buscar siempre que esté en sus posibilidades la distribución directa (Corcuera, K. 2016).

Por su parte, (Flores, C. 2014), argumenta que la gestión de almacenes es una ventaja competitiva sostenible para las empresas, generando el aumento de su desempeño interno como externo. Mientras tanto, (Beltrán, A., y Burbano, A. 2002), señalan que es aquella pieza del sistema logístico encargado de la manipulación, custodia y manejo de las materias primas, suministros, productos terminados, productos semielaborados, productos en proceso, etc., proporcionando toda la información relacionada a esta actividad y todo lo que involucra sus procesos.

También (Núñez, M. 2014), describe que la gestión de almacenamiento es un proceso clave enfocada a regular los flujos entre la oferta y la demanda, satisfaciendo de manera oportuna las necesidades de los procesos productivos y optimizando los costos de producción, desarrollando la administración de la materia prima para el proceso de producción, así como los productos terminados para

garantizar el cumplimiento de forma competitiva de los pedidos de los clientes, al mismo tiempo conceptualiza la gestión de almacenes como la actividad fundamental en la cadena de suministro para garantizar superar a los competidores en el servicio al cliente, los plazos de entrega y los costos. Donde el almacenamiento debe ser considerado como una fuente de ventaja competitiva, convirtiéndose en la oportunidad ideal para alcanzar de manera eficiente un alto rendimiento en las operaciones de las organizaciones.

A continuación, desarrollamos cada uno de los indicadores propuestos por el autor (Valdés, A. 1988).

- **Niveles y registros de existencia**

Denominada al proceso por el cual las empresas almacenan una variedad de materiales los cuales serán realizados, vendidos o consumidos mediante un procedimiento efectivo y competitivo, permitiendo a la organización desarrollar su trabajo sin retrasos e inconvenientes; por otra parte, busca organizar el ingreso de existencias, así como su salida, asegurando no interferir o afectar a la fabricación de sus productos o servicios de una organización (Valdés, A. 1988).

Con relación a los registros de existencias, se define como el movimiento de existencias que se producen en los almacenes, las cuales pueden desarrollarse debido a la utilización o venta de materiales, así mismo para que una organización sea competitiva deberá de establecer un registro eficaz de cada existencia o artículo guardado en los almacenes, para de esta forma satisfacer las necesidades del mercado (Valdés, A. 1988).

- **Políticas de almacenamiento**

Es la etapa donde las organizaciones establecen las normativas a seguir buscando el desarrollo de la empresa de forma competitiva mediante la utilización del ambiente físico, seguridad de los productos, reconocimiento y ubicación de los

productos, abastecimiento oportuno de existencias, el mismo nos ayuda a prevenir futuros accidentes, deterioros y hurtos.

En consecuencia, para cumplir con dichas normativas se deberá de contar con un personal calificado, así como un espacio e infraestructura acorde con las necesidades de la organización (Valdés, A. 1988).

- **Gastos incurridos en almacenamiento**

Son los gastos relacionados con el almacenamiento de productos e insumos, igualmente por el mantenimiento del inventario por un determinado periodo de tiempo, así mismo toda organización debe desarrollar una adecuada inversión en la adquisición de productos y recursos necesarios para obtener una producción continua y competitiva, consiguiendo un flujo constante de los ingresos y salidas de productos, evitando un almacenamiento exagerado de los productos, lo cual incurre en costos de administrar un inventario (Valdés, A. 1988).

### **C. Gestión de transportes y distribución**

La gestión de distribución y transporte es identificada como el proceso de entrega del producto en óptimas condiciones, cumpliendo con las especificaciones requeridas por el cliente o consumidor, así mismo deberá de realizar dicho proceso en los tiempos acordados, buscando generar el mejor rendimiento relacionado con los costos de operación, por otra parte identificar de forma eficiente y eficaz el medio de transporte más adecuado para la realización del proceso de movilización y distribución de los productos y mercancías de manera satisfactoria, al mismo tiempo de cumplir con los estándares establecidos por la organización (Corcuera, K. 2016).

Por su parte, (Flores, C. 2014), señala que es el proceso que se encarga de todas necesidades fundamentales relacionadas de forma directa o indirectamente con la distribución y transporte de los productos y materias primas necesarias para

satisfacer a la organización como a los clientes de forma competitiva, llevando el producto al destino correspondiente, cumpliendo las condiciones de seguridad, servicio y costo, así mismo buscando incrementar la calidad del servicio.

Es el proceso que tiene como objetivo principal distribuir los productos terminados desde la culminación de la fabricación hasta el consumidor, utilizando el transporte más competitivo y adecuado para ejecutar el proceso de transportar aquellos productos comprados por la empresa, por otra parte, realizar el transporte interno y externo de los productos en desarrollo y concluidos para su comercialización de forma oportuna y eficiente (Beltrán, A. y Burbano, A. 2002).

Finalmente, (Loor, D. y Delgado, M. 2016), afirman que es el proceso donde su objetivo principal es el traslado de los productos hasta el lugar deseado, en el tiempo preciso y generando el mínimo costo a la organización, brindando un excelente servicio, cumpliendo con los plazos de entrega, garantizando la protección del producto con el objetivo de cumplir con la satisfacción del cliente.

A continuación, desarrollamos cada uno de los indicadores propuestos por el autor (Valdés, A. 1988).

- **Medios de transporte**

Se refiere al proceso por el cual las organizaciones buscan obtener un medio de transporte idóneo, sostenible y competitivo de acuerdo al ambiente en que se desenvuelva, así mismo siendo un proceso fundamental para la mejora de la eficiencia de una empresa, por ende las organizaciones deberán identificar el medio de transporte más eficaz para el desplazamiento de sus productos desde el punto de origen hasta la entrega del producto o servicio al consumidor final, pudiendo optar por las modalidades terrestre, marítimo y aéreo (Valdés, A. 1988).

Así mismo, el costo del transporte es un factor determinante en las organizaciones donde buscan ser más competitivas mediante la reducción de

costos que son originados en la etapa de transporte de materias primas, mercancías o productos para satisfacer los requerimientos de fabricación de productos o servicios de la empresa así como las necesidades y expectativas del consumidor, para lo cual las empresas deberán alcanzar su eficiencia a través de medios de transporte óptimos, rutas más eficientes, mediante la adquisición de automóviles más económicos (Valdés, A. 1988).

- **Oportunidad de distribución**

Se identifica con el proceso de entrega del producto más apropiado de manera oportuna y eficaz, así como en las cantidades requeridas en el emplazamiento acordado satisfaciendo las necesidades del cliente o consumidor en el tiempo establecido, igualmente se puede identificar como el periodo comprendido desde el recojo de mercancía para su uso hasta su comercialización, cumpliendo con las expectativas creadas por el consumidor (Valdés, A. 1988).

### **2.2.3. Ventaja competitiva**

Se ha explorado la literatura sobre la ventaja competitiva, encontrándose una variedad de definiciones acerca de este tema de estudio. A continuación, analizaremos los principales aportes teóricos.

La ventaja competitiva es un proceso fundamental para diferenciarnos de los competidores, teniendo una oferta de valor única que nos genere ser predilectos y favoritos por los consumidores. Con la finalidad de que las organizaciones consigan una ventaja competitiva deberán ejecutar acciones estratégicas para de esta manera ser más eficientes que los competidores mediante el liderazgo en costos, asimismo, desarrollar productos y servicios de forma diferente a ellos (Porter, M. 1987).

(Hill, C. y Jones, G. 2005), define que la ventaja competitiva es entendida como un factor diferenciador en relación con otra organización, centrados en estos

tres factores. Primero, por el valor que los clientes asignan a los productos y servicios de la empresa. Segundo, por el precio que cobra la empresa por sus productos, y finalmente, por los costos de fabricación de los productos. La gestión y administración de estos procesos y estrategias ayudará a la organización a tener una rentabilidad superior.

(Condori, M. 2016), afirma que la competitividad está establecida por la productividad de una organización, determinada por el valor del producto generado por un proceso de trabajo, donde la productividad es competencia de la calidad de los productos y de la eficiencia productiva. Por lo tanto, toda organización debe estar en la capacidad de desarrollar ventajas competitivas que ayuden a conseguir, sostener y superar una determinada posición en el ámbito donde se desenvuelve en comparación a su competencia.

Por su parte, (Córdova, E. 2015), conceptualiza que una organización es rentable cuando los consumidores están dispuestos a pagar un precio mayor por los productos, servicios y bienes ofrecidos, en comparación con los costos involucrados para su producción, generando de esta manera una ventaja competitiva la cual debe cumplir con tres parámetros fundamentales que son: el liderazgo en costos, diferenciación o realizar las cosas diferentes que la competencia, así como la focalización.

(López, L. 2015), enfatiza a la ventaja competitiva como el dominio de cierta actividad que la diferencie de la competencia, sabiendo que la particularidad fundamental es implementar una cadena productiva que sea competitiva, contribuyendo a alcanzar una ventaja competitiva que es esencial para la gestión del desarrollo de una organización. Adicionalmente la ventaja competitiva se centra en alcanzar un rendimiento superior en las actividades que la organización realice consiguiendo beneficios para la organización.

(Castro, A. 2015), determina que una ventaja competitiva para llegar a ser sustentable debe de cumplir con las siguientes características fundamentales: ser

apreciada y valiosa para el cliente, así mismo complicado de igualar e imitar y tenerla capacidad de organización para conseguir valor, ser diferente. Por otra parte, las organizaciones que pretenden ser exitosas de forma permanente son las que reconstruyen sus ventajas competitivas, reforzándose y apoyándose de las anteriores.

Finalmente, (Pertusa, E. 2005), describe a la ventaja competitiva como una característica empresarial que logra diferenciarse de otras, en este sentido ubicándola en una posición relativamente superior para competir, permitiéndole obtener un rendimiento superior frente a sus competidores en su actuación competitiva. Entonces, las ventajas competitivas son cualquier característica que diferencie a la empresa de otras, con un rendimiento superior al de la misma.

#### **2.2.4. Dimensiones de la ventaja competitiva**

Después de hacer la revisión bibliográfica se ha identificado distintas formas de medir la ventaja competitiva. A continuación, hacemos un resumen de los principales aportes en este tema.

(Hill, C. y Jones, G. 2005), menciona que los elementos de la ventaja competitiva son la eficiencia (Productividad de los empleados y productividad del capital), innovación (Innovación de productos e innovación de procesos), la capacidad de respuesta a los clientes (Tiempo de respuesta a los clientes) y la calidad (Calidad superior y la calidad como confiabilidad).

(Condori, M. 2016), evalúa la ventaja competitiva con la dimensión eficiencia empresarial, cuyos indicadores son: cumplimiento de pedidos, personal capacitado, calidad del producto, satisfacción de las necesidades. Así mismo, toma como segunda dimensión a la efectividad empresarial, cuyos indicadores son: cumplimiento de metas, cumplimiento de procedimientos, relación con proveedores, productividad de la empresa y finalmente la última dimensión con la que evalúa la ventaja competitiva es la mejora continua empresarial, cuyos

indicadores son: Mejora en los estándares de calidad, creación de valor para los productos, mejora de capacidades de los colaboradores y mejora de la calidad del producto.

(Bustamante, E. 2016), mide la ventaja competitiva con tres dimensiones, determinantes de la ventaja competitiva, recursos necesarios y estrategias competitivas. Así mismo, (Espino, P. Espinoza, M. y Martínez, A. 2015), también considera tres dimensiones para medir la ventaja competitiva como son: las estrategias, desempeño, y las ganancias.

Para el presente estudio tomaremos las dimensiones e indicadores propuestas por los autores (Hill, C. y Jones, G. 2005). A continuación, desarrollamos cada una de las dimensiones e indicadores propuestos.

## **A. Eficiencia**

La eficiencia es la capacidad de realizar las actividades adecuadamente, mediante una secuencia de pasos e instrucciones los cuales garantizan la calidad en el producto final de cualquier organización, valiéndose del talento o destreza de disponer de algo o alguien en particular con el propósito de conseguir un objetivo con menos recursos.

(Hill, C. y Jones, G. 2005), manifiesta que la eficiencia se identifica con el manejo de recursos de forma óptima y adecuada, significa emplear el mínimo requerido de un recurso para la producción de una cantidad específica de un bien o servicio, adicionalmente desarrolla un mejor manejo de los residuos o desperdicios de materia prima, así como del uso ineficaz e innecesario del factor producción y mano de obra.

(Magretta, J. 2014), sostiene que la eficiencia empresarial es la capacidad de una organización para desarrollar de manera adecuada y superior que sus

competidores actividades iguales o similares, adicionalmente implica aprovechar de manera sobresaliente los recursos de la organización.

(Flores, C. 2014), argumenta que la eficiencia empresarial es el proceso de utilización de los recursos y medios de la organización de forma razonable y en el momento justo, así mismo de estar en la capacidad de obtener los objetivos y metas establecidos por la empresa con el mínimo de recursos disponibles de la manera más impecable y óptima.

A continuación, desarrollamos cada uno de los indicadores propuestos por el autor (Hill, C. y Jones, G. 2005).

- **Productividad de los empleados**

(Hill, C. y Jones, G. 2005), plantea que la productividad es el proceso necesario y fundamental que toda organización debe proponerse para generar su desarrollo, mediante colaboradores capacitados con conocimientos de las necesidades, objetivos, metas y procedimientos de la organización. Así mismo, al desarrollar e incrementar las capacidades y habilidades del personal la organización completa se beneficiará volviéndola más productiva, compacta, fuerte y rentable, por último, para mantener al personal más talentoso las organizaciones deberán de desarrollar nuevos desafíos que lo animen a superarse y mantenerse orgulloso por su trabajo.

- **Productividad del capital**

Para (Hill, C. y Jones, G. 2005), la productividad del capital se refiere a las ventas realizadas por un monto de capital invertido en los negocios. Así mismo, se debe entender como el costo beneficio de la inversión.

El incremento en el crecimiento de la productividad depende de la inversión que realiza la organización en sus activos de capital. Es decir, la productividad dependerá de la capacidad para generar servicios que se incorporen al proceso productivo de la organización.

## **B. Innovación**

(Hill, C. y Jones, G. 2005), mencionan que la innovación es un proceso en el que las empresas se enfocan en crear nuevos productos y también nuevos procesos. Ahora, la innovación de acuerdo a diversos autores tiene diferentes definiciones, desde, crear algo muy nuevo hasta la incorporación de simples modificaciones a un producto, procesos, etc.

(Freeman, C. 1982), manifiesta que es un proceso de incorporación de nuevas tecnologías a la existente, con la finalidad de mejorar y desarrollar un mejor producto, proceso y sistema. Entonces, la innovación desde el aspecto económico es comprendido como el involucramiento de un nuevo producto o servicio que otorgue beneficios y cumpla con las nuevas expectativas del consumidor en el mercado.

Una definición muy común y utilizada de la innovación es la planteada por (OECD y Eurostat. 2005), donde se considera que innovar es realizar un nuevo concepto o mejoras muy significativas en un bien (producto o servicio), en un procedimiento, en un método de ventas o una nueva forma de organización empresarial, prácticas nuevas dentro de la empresa y nuevas formas de trabajo.

Por otro lado, la clasificación de la innovación es un aspecto que está siendo estudiado actualmente por muchas investigaciones. Una de las clasificaciones más enfocadas está centrada en su naturaleza que comprende la innovación de la organización con la tecnología y según el grado de innovación expresa los cambios radicales e incrementales que pueden suscitar en ella (OECD y Eurostat. 2005).

A continuación, desarrollamos cada uno de los indicadores propuestos por los autores (Hill, C. y Jones, G. 2005). Es decir, la innovación de productos y la innovación de procesos.

- **Innovación de productos**

La innovación de producto es el proceso en el que una empresa introduce al mercado un producto que puede ser totalmente nuevo o con mejoras de uno ya existente, que presente un nivel de mejora ya sea leve o significativo sin dejar de lado sus características esenciales y el uso básico para el que fue ingresado al mercado (Hill, C. y Jones, G. 2005). Asimismo, si se considera ingresar al mercado un producto o servicio nuevo o novedoso, la empresa puede tener respuestas positivas o negativas de quienes hacen el consumo o uso de este.

- **Innovación de procesos**

(Hill, C. y Jones, G. 2005), señalan que la innovación de proceso es la introducción de nuevos procesos o mejorar en los procesos que ya se tienen dentro de la empresa, al realizar una mejora en el proceso este debe tener un alto grado de mejora que tenga impacto en los resultados.

### **C. Capacidad de respuesta a los clientes**

La capacidad de respuesta a los clientes es una característica de diferenciación significativa, la cual permite alcanzar la fidelización y lealtad de los clientes a una organización, brindándoles lo que precisan y necesitan en el momento oportuno aun precio que estén dispuestos a pagar por el producto o servicio que se les otorga, el mismo que no afectara en el largo plazo la rentabilidad de la empresa (Hill, C. y Jones, G. 2005).

Por su parte, (Flores, C. 2014), enfatiza que la capacidad de respuesta a los clientes de una organización es un proceso esencial para alcanzar los objetivos

establecidos, así mismo los trabajadores deberán estar comprometidos para brindar un servicio rápido, con disposición de ayudar a los clientes respondiendo satisfactoriamente a sus requerimientos.

A continuación, desarrollamos cada uno de los indicadores propuestos por el autor (Hill, C. y Jones, G. 2005).

- **Tiempo de respuesta a los clientes**

Es la etapa en donde las organizaciones buscan generar una ventaja competitiva a través de una respuesta oportuna, acelerada y rápida a las demandas y necesidades de los clientes logrando de esta manera la fidelización con la marca y los productos que oferta la organización (Hill, C. y Jones, G. 2005).

#### **D. Calidad**

Se considera calidad al proceso de mejora continua de los productos o servicios ofrecidos por las organizaciones, el cual se perfecciona y mejora continuamente para generar progresivamente el incremento continuo de la satisfacción del cliente. Para tal propósito, las organizaciones miden la satisfacción de los servicios o productos que estos generan en los consumidores para determinar la creación de una mejora de calidad satisfactoria (Hill, C. y Jones, G. 2005).

Es el proceso necesario para incrementar la capacidad de una organización para satisfacer los requerimientos, necesidades o expectativas de los consumidores, para ello se evaluará y analizará la situación existente, determinando los objetivos que desarrollen una mejora constante de la calidad. La calidad de productos o servicios de una organización precisa de un eficaz liderazgo de la dirección, así como de un comité de mejora continua (García, M. Quispe, C. y Raéz, L. 2001).

A continuación, desarrollamos cada uno de los indicadores propuestos por el autor (Hill, C. y Jones, G. 2005).

- **Calidad superior**

Proceso por el cual las organizaciones establecen estándares para medir la calidad de los productos fabricados, así mismo, permite conocer las ventajas y desventajas del producto o servicio brindando una noción de que tan bueno es, por otra parte, los estándares de calidad permitirán determinar si se deberá de modificar algunas características de los productos o servicios los cuales satisfagan las necesidades y expectativas de los consumidores (Hill, C. y Jones, G. 2005).

También las organizaciones buscan desarrollar estrategias efectivas para seducir a los consumidores nuevos y fidelizar a los clientes actuales mediante la creación de un valor agregado a los servicios o productos que ofrece la empresa haciéndolos únicos e indispensables para el consumidor, así mismo la creación de valor para los productos e intensifica mediante una adecuada estrategia de marketing, recursos humanos, exclusividad y la atención al consumidor (Condori, M. 2016).

- **Calidad como confiabilidad**

Es una etapa donde las organizaciones buscan desarrollar productos o servicios de calidad a través de estrategias que permitan obtener una la mejora continua favoreciendo al rendimiento, funcionalidad y durabilidad permitiendo cumplir con las expectativas de los consumidores, así mismo para desarrollar una mejora en la calidad de los productos o servicios las organizaciones deberán analizar el mercado donde se desenvuelve, precios y su competencia, recopilar las experiencias de los consumidores para poder desarrollar un producto que satisfaga las necesidades de los clientes (Hill, C. y Jones, G. 2005).

## **2.2.5. Empresas manufactureras**

Denominadas también empresas industriales que engloban a todas las organizaciones que se encargan de transformar las materias primas en productos terminados, de tal forma que son distribuidos directa o indirectamente a través de logísticos para así llegar al cliente final. Además, en la actividad economía forman parte del sector secundario, puesto que el sector primario la conforman aquellas industrias que obtienen o extraen las materias primas.

### **A. Pequeñas empresas manufactureras**

Son aquellas empresas donde sus ventas superan los 150 UIT, pero tienen la limitación de que durante un año no pueden superar los 1,700 UIT en ventas. Además, el número de trabajadores con el cual cuentan este tipo de empresas son entre 1 a 100.

### **B. Actividades manufactureras**

De acuerdo al informe realizado por el (Instituto Nacional de Estadística e Informática, INEI. 2016), en el Perú las actividades manufactureras están conformadas por las siguientes industrias:

- a. La industria alimenticia.
- b. La industria pesquera.
- c. La industria de productos lácteos.
- d. La industria química.
- e. La industria de minerales no metálicos.
- f. la industria de textiles y cueros.
- g. La industria de madera y muebles.
- h. La industria de papel e impresión.
- i. La industria de productos metálicos, maquinaria y aparatos eléctricos.
- j. La Industria de Instrumentos de óptica y relojes.
- k. La industria de bebidas no alcohólicas
- l. La industria de panadería.

### **2.3. Definición de términos básicos**

- **Cadena de suministro**

Se refiere al conjunto de elementos, actividades y procesos que incurren de forma directa en la actividad empresarial e indirectamente en el desarrollo, elaboración y distribución de productos hasta el punto de consumo e interacción con el cliente y consumidor, para así lograr la satisfacción de las necesidades del mercado para lo cual se debe tener en cuenta los proveedores, almacenes, línea de producción, canales de distribución y el cliente (Ballou, H. 2004).

- **Calidad**

Es el conjunto de atributos y características que posee un producto o un servicio; por lo tanto, a esto se debe la satisfacción de los clientes al consumir el producto o servicio. Para alcanzar este objetivo, la mejora continua es considerada como el proceso clave que genera la supervivencia de una organización en el mercado. Así mismo, su desarrollo es comparado con el rendimiento de la organización a través de un tiempo determinado y permite contrastar su evolución respecto a sus competidores, identificando los procesos o etapas deficientes de la organización para su mejora de forma eficiente (García, M; Quispe, C; y Raéz, L. 2001; Condori, M. 2016).

- **Eficiencia empresarial**

Es el proceso de conseguir un objetivo, producir un producto o servicio con los mínimos recursos disponibles, para así lograr el uso adecuado de recursos y obtener resultados en función a los objetivos establecidos por la organización, satisfaciendo las necesidades del consumidor (Condori, M. 2016; Zapata, E. 2011).

- **Empresas manufactureras**

Son las que se encargan de fabricar o elaborar artículos, los cuales pueden desarrollarse de dos formas generales: las automatizadas son desarrolladas mediante el uso de maquinarias y la producción a mano de obra que son desarrolladas por la mano de obra. Así también, la función o la actividad principal que ejercen las empresas manufactureras es de transformar las materias primas, insumos y otros para el consumo; es considerado uno de los ejes principales que permite el desarrollo económico del país (Hurtado, A. 2015).

- **Empresas primarias**

Son aquellas empresas denominadas también extractivas donde su principal actividad está dedicada a la obtención de materias primas, así como el uso de recursos del planeta tierra sin realizar ningún cambio de transformación, dichas actividades pueden ser la pesca, agricultura, minería, entre otras (Zans, S. 1998).

- **Empresas secundarias**

Son aquellas empresas dedicadas a la industrialización de las materias primas, las cuales son extraídas por las empresas primarias en productos de consumo para satisfacer las necesidades de los clientes; asimismo, dichas actividades pueden ser la artesanía, la industria, construcción (Zans, S. 1998).

- **Empresas terciarias**

Definidas como las empresas que se encargan de prestar servicios como pueden ser el transporte, comercio, turismo, etc. Así mismo dichas empresas se dedican a la comercialización, organización, distribución de los productos desarrollados por el sector primario y secundario (Zans, S. 1998).

- **Gestión de almacenamiento**

Es un proceso fundamental en la cadena de suministro que tiene como objetivo procesar de manera eficiente las adquisiciones y productos de una organización de manera oportuna, facilitando el desarrollo del proceso productivo, así mismo es indispensable las adquisiciones estén en constante flujo permitiendo reducir los costos inherentes al mantenimiento, almacenamiento y el costo de inventarios de una organización (Beltrán, A. y Burbano, A. 2002; Corcuera, K. 2016).

- **Gestión de compras**

Es un componente esencial de la cadena de suministro teniendo como objetivo fundamental la obtención de forma competitiva, buscando la más alta calidad de los requerimientos, así como de las materias primas necesarios para la elaboración de los productos o servicios que la empresa brinde, adicionalmente la organización deberá generar estrategias competitivas para identificar al proveedor más competente y adecuado para la empresa, desarrollando relaciones a largo plazo para asegurar el funcionamiento de manera constante de la cadena de producción y suministros (Mora, L. 2016; Corcuera, K. 2016 y Flores, C. 2014).

- **Gestión de transporte y distribución**

Es la etapa de la cadena de suministro encargada de la movilización de productos de manera satisfactoria en los tiempos acordados, en el momento justo y con la calidad de servicio deseado, desarrollando el incremento de la satisfacción de los clientes (Beltrán, A. y Burbano, A. 2002; Corcuera, K. 2016).

- **Gestión logística**

Son todas aquellas acciones y procedimientos que la empresa realiza para el proceso de abastecimiento, almacenamiento, transporte y distribución de todos los recursos necesarios para el desarrollo de sus actividades internas y externas (Pau, J. y De Navascués, R. 2001; Anaya, J. 2007; Mora, L. 2016; Barrantes, F. et al. 2017).

- **Innovación**

Consiste en la modificación e implantación de determinados cambios influyen significativamente en el producto, proceso y organización de un negocio. Para alcanzar este fin, se utiliza nuevos conocimientos o la combinación de conocimientos existentes (OECD y Eurostat, 2005).

- **Logística**

La palabra logística tiene sus orígenes en el campo militar desde tiempos milenarios, entendiéndola a la logística como el arte de entrelazar actividades con el objetivo de alcanzar proyectos y planes (Sahid, F. 1987).

- **Políticas de almacenamiento**

Identificadas con la acción de determinar las reglas, normas y requisitos de una organización que permitan alcanzar los objetivos de almacenamiento propuestos por las mismas, involucrando a todos los inmersos en el proceso de almacenamiento para garantizar su buen funcionamiento (Mercado, 2004).

- **Políticas de compras**

Son las normas y pautas que desarrollan las empresas con la finalidad de establecer las condiciones, proveedores y los plazos de pago idóneos para las organizaciones favoreciendo al proceso de adquisición de los recursos y productos necesarios para el funcionamiento de la organización (Mercado, S. 2006).

- **Tipos de medios de transporte**

Los medios de transporte son aquellos que posibilitan el traslado de personas, recursos, productos y mercancías de un determinado lugar (origen) a otro determinado lugar (final); asimismo, los tipos de medios de transporte utilizados por las organizaciones pueden ser marítimos, terrestres y aéreos (Cruz, 1999).

- **Ventaja competitiva**

Es la característica de una empresa que a diferencia de otras empresas competidoras, se coloca en una posición relativamente superior para participar y competir en el mercado. (López, L. 2015; Córdova, E. 2015; Porter, M. 1987).

## **2.4. Bases históricas**

La Cámara de Comercio e Industria de Arequipa (CCIA, 2019), sostiene que los indicadores económicos de enero 2019 muestran que la región de Arequipa ocupa la ubicación dos con un incrementado número de empresas, seguidamente de la ciudad de Lima. La información que expone el informe estructura empresarial, ejecutado por el INEI, señala que Arequipa agrupa el 5.6% del total de empresas. Además, sustenta que, en la región de Arequipa el 95.38% de las empresas son microempresas, el 4.06% son pequeñas empresas y el 0.37% son medianas o grandes empresas. Es decir, las empresas pertenecientes a este rubro han logrado

modelos de desarrollo sostenibles, así mismo han generado puestos de trabajo y divisas para la región de Arequipa.

## 2.5. Base legal

Se presenta el total de pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, es una base de datos, donde se considera la razón social, el ruc y la descripción del rubro al cual se dedican. Además, cabe precisar que las empresas manufactureras se rigen con la ley General de Industrias N° 23407, donde establece ciertas pautas referidas a las actividades del sector manufactura, de tal manera garantizar la libre competencia en la producción de venta de productos, en función a reglas establecidas para defender los derechos del consumidor.

**Tabla 3**  
*Empresas manufactureras del distrito de Arequipa*

N°	Razón Social	RUC	Descripción CIU Rev.3
1	Navarro Ramos Vda. de Pérez Marta Natalia	10023736727	Fab. De prendas de vestir.
2	Escalante Aguilar Jaime Andrés	10294068134	Elab. Prod. De panadería.
3	Oviedo Linares Fernando	10296089210	Fab. Instrumentos ópticos.
4	Fuentes de Pérez Delia Francisca	10296999186	Elab. Prod. De panadería.
5	Cuzzi y Cia S.A.	20100186765	Servicios de impresión.
6	Kero Productos Peruanos de Exportación S.A.	20100188113	Curtido y adobo de cueros.
7	Ladrilleras Unidas S.A.	20100193036	Fab. Prod. Cerámica no Refract. N. Est.
8	Panificadoras Las Américas S. A.	20100211972	Elab. Prod. De panadería.
9	Metalúrgica Química S.A.C.	20100235138	Fab. De Productos de plásticos.
10	Tipografía El Alva S.R.L.	20120967712	Servicios Rdos con impresión.

11	Reencauchadora Cisne S.R.L.	20120984480	Fab. De cubiertos de caucho.
12	Industrias Grupp E.I.R.L.	20121083974	Fab. De prendas de vestir.
13	Compañía Panificadora S.A.C.	20121085918	Elab. Prod. De panadería.
14	Empresa Yura S.R.L.	20121393736	Elab. De bebidas no alcohólicas.
15	Fábrica De Maquinarias Mario Giannini S.A.C.	20125097317	Fab. De máquinas herramienta.
16	Gráfica Continental Impresores E.I.R.L.	20125182420	Servicios de impresión.
17	Organización Escalante S.R.L.	20133053744	Elab. Prod. De panadería.
18	Fábrica de Confecciones Paretto S.A.C.	20221943482	Fab. De prendas de vestir.
19	Helados Artika S.R.L.	20228941612	Elab. De productos lácteos.
20	Confecciones Industriales MTV E.I.R.L.	20273990969	Fab. De prendas de vestir.
21	Script S.A.C.	20311569636	Actividades de impresión.
22	SanferPlast E.I.R.L.	20369616430	Fab. De productos de plásticos.
23	Antares E.I.R.L.	20370452505	Actividades de impresión.
24	Cóndor Sport S.R.L.	20411518460	Fab. De vestimenta.
25	Garantía en contratos Empresariales E.I.R.L.	20412929625	Fab. De vestimenta.
26	Confecciones Sol S.R.L.	20413678065	Fab. De vestimenta.
27	Industria Textil Atlas E.I.R.L.	20453869882	Fab. De vestimenta.
28	Gráficas Unidas S.R.L.	20454033192	Actividades de Impresión.
29	Minds S.R.L. Industria De	20454149735	Aserrado y acepilladura madera.
30	Transformación Metálica S.R.L.	20454304056	Fab. Carrocerías para vehículos.
31	La Casa del Terno S.A.C.	20454318430	Acabado de Prod. Textiles.
32	Antares Impresores S.A.C.	20454362170	Actividades de impresión.
33	Peruana De Maderas S.R.L.	20454405243	Aserrado y acepilladura madera.

34	Panamericana Industria Gráfica E.I.R.L.	20454450460	Servicios de impresión.
35	Inversiones RWJI S.R.L.	20454495307	Fab. Prod. Metal. Uso estructural.
36	Maderera Santa Fe de la Isla S.R.L.	20454508484	Aserrado y acepilladura madera.
37	Delicias de Fanor S.A.C.	20454554834	Elab. Prod. De panadería.
38	Maderera Yemesu S.R.L. Corporación Maderera y	20454831188	Aserrado y acepilladura madera.
39	Servicios Generales E.I.R.L.	20455108323	Aserrado y acepilladura madera.
40	V & C Fabrica De Velas La Superior S.A.C.	20455259453	Fab. Prod. Refinación del Petróleo.
41	Confecciones Franpa E.I.R.L.	20455338752	Fab. De prendas de vestir.
42	Alki Graph E.I.R.L.	20455431965	Actividades De impresión.
43	Pastelería Astoria S.R.L.	20455434123	Elab. Prod. De panadería.
44	Trade Sandder Group S.A.C.	20455447888	Fab. De calzado.
45	Tiendas Lino Fino E.I.R.L.	20455466912	Prep. y Tej. De fibras textiles.
46	J & M Minería Y Servicios S.R.L.	20455682020	Fab. Prod. Metal. Uso estructural.
47	Kuntu Foods S.A.C.	20455704287	Elab. Frutas Leg. Y hortalizas.
49	A Su Orden E.I.R.L.	20455910936	Curtido y adobo de cueros.
50	Pescas Del Sur E.I.R.L.	20455962731	Elab. y Cons. de pescado.
51	M&A I. Y S. S.R.L.	20456097589	Actividades de impresión.
52	Multideportes Arequipa S.R.L.	20456171908	Fab. Artículos deportivos.
53	Intelliiall S.R.L.	20497409561	Fab. Otro tipo equipo eléctrico Ncp.
54	Pilmilar Centro Artesanal S.A.C.	20497804192	Otras industrias manufactureras Ncp.
55	Moly Cop Peru S.A.C.	20498260285	Fab. Otros Prod. Min. No Metalic. Ncp.
56	Madeservis S.R.L.	20539487664	Aserrado y acepilladura madera.
57	Frembus S.R.L.	20539554019	Fab. Carrocerías para vehículos.
58	Safety and Protection S.A.C.	20558064031	Fab. de prendas de vestir.

59	AQP Cuisine S.A.C.	20558201631	Elab. De otros Prod. alimenticios.
60	Imafeg E.I.R.L.	20558569582	Aserrado y acepilladura madera.

---

Fuente: (Ministerio de producción, 2014).

## CAPÍTULO III

### PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 3.1. Análisis de tablas y figuras

##### 3.1.1. Resultados sociodemográficos

Los datos sociodemográficos es toda aquella información general de los encuestados, las mismas como: edad, sexo, formación académica, estado civil, años de experiencia, ingresos, sector donde labora, número de hijos y otros relacionados.

En esta parte, la investigación presenta las siguientes características más relevantes, las cuales están compuestas por la edad de los encuestados, el sexo de los encuestados, la formación de los encuestados y, por último, el tiempo de labor de los encuestados en las empresas.

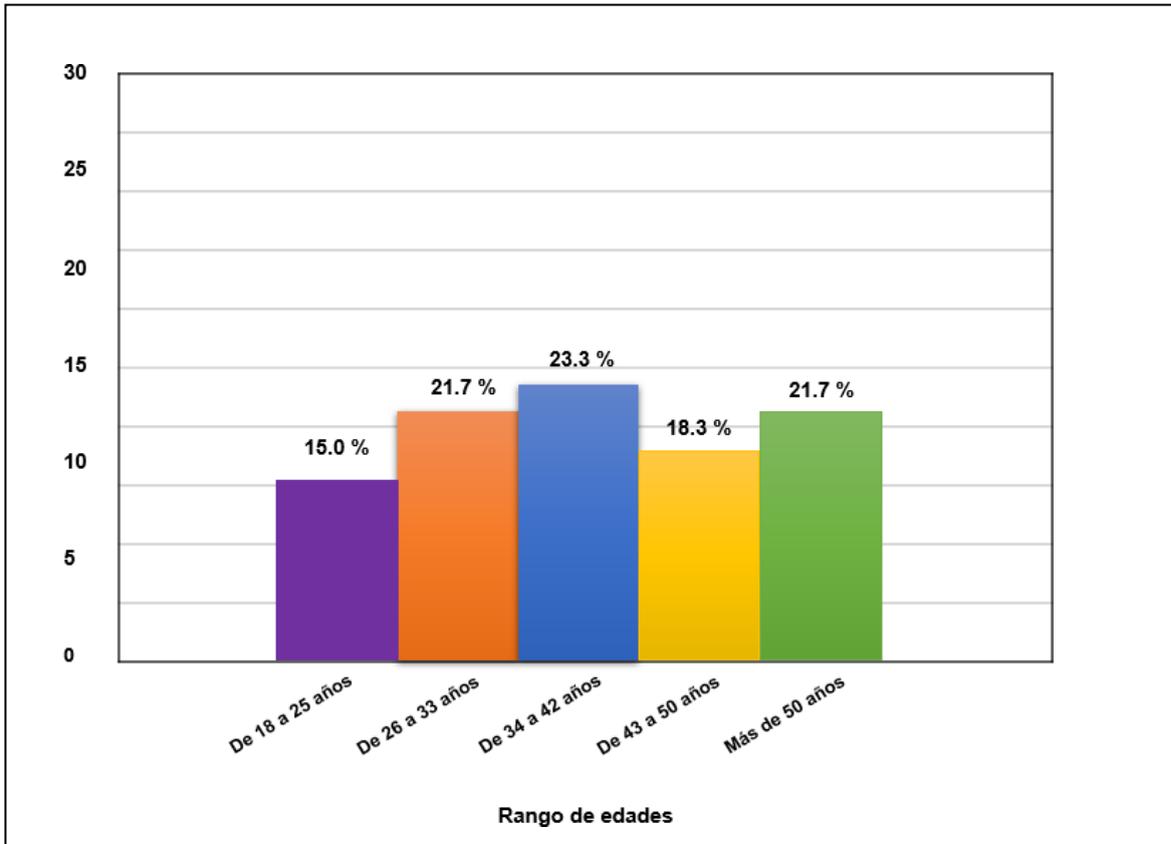
**Tabla 4**  
*Edad de los encuestados*

Rangos	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
18 a 25 años	9	15.0	15.0	15.0
26 a 33 años	13	21.7	21.7	36.7
34 a 42 años	14	23.3	23.3	60.0
43 a 50 años	11	18.3	18.3	78.3
Más de 50 años	13	21.7	21.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Extraído de SPSS V25.

**Figura 1**

*Distribución de edades de los encuestados*



Fuente: Extraído del SPSS V25.

Interpretación estadística: De acuerdo con la tabla 4, figura 1, se aprecia los resultados de una muestra censal de 60 encuestados correspondiente al 100%, donde se muestra la edad de los encuestados de la siguiente forma: de 18 a 25 años representa el 15% con una muestra de 9 encuestados, de 26 a 33 años representa el 21.7% con una muestra de 13 encuestados, de 34 a 42 años refleja el 23.3% correspondiente a 14 encuestados, de 43 a 50 años representa el 18.3% con una muestra de 11 encuestados y de 50 años a más representa el 21.7% correspondiente a 13 encuestados.

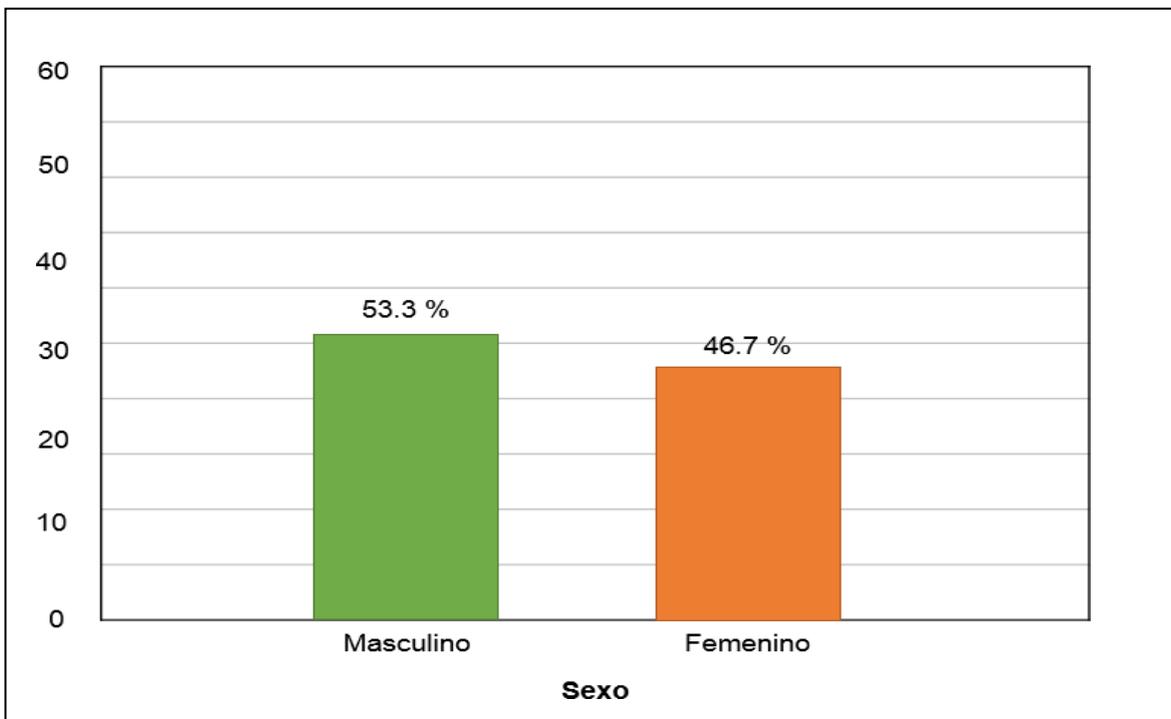
El análisis estadístico observado refleja que la mayoría de las personas encuestadas muestran edades entre los rangos de 34 a 42 años respectivamente.

**Tabla 5**  
*Sexo de los encuestados*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Masculino	32	53.3	53.3	53.3
Femenino	28	46.7	46.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Extraído de SPSS V25.

**Figura 2**  
*Distribución de sexo de los encuestados*



Fuente: Extraído del SPSS V25.

Interpretación estadística: De acuerdo con la tabla 5, figura 2, se observa los resultados de una muestra censal de 60 encuestados correspondiente al 100%, donde se detalla el sexo de los encuestados de la siguiente forma: masculino corresponde al 53.3% con 32 encuestados, y femenino corresponde al 46.7% con 28 encuestadas respectivamente. El análisis realizado indica que la mayoría encuestados corresponde al sexo masculino.

**Tabla 6**

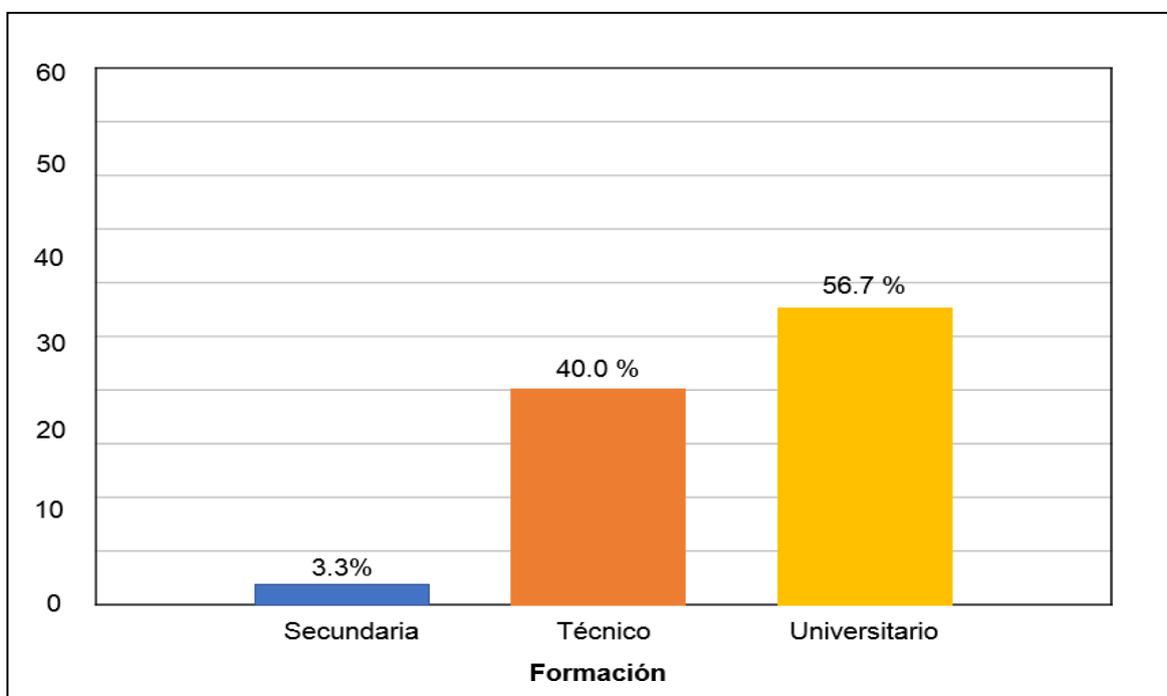
*Formación de los encuestados.*

	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>Porcentaje válido</b>	<b>Porcentaje acumulado</b>
Secundaria	2	3.3	3.3	3.3
Técnico (a)	24	40.0	40.0	43.3
Universitario (a)	34	56.7	56.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Extraído de SPSS V25.

**Figura 3**

*Distribución de formación de los encuestados*



Fuente: Extraído del SPSS V25.

Interpretación estadística: De acuerdo con la tabla 6, figura 3, se evalúa los resultados de una muestra censal de 60 encuestados correspondiente al 100%, donde se describe la formación de los encuestados de la siguiente forma: formación secundaria representa el 3.3% con 2 encuestados, formación técnica (a) corresponde al 40.0% con 24 encuestados, y con formación universitaria representa el 56.7% con 34 encuestados. Los resultados estadísticos apreciados presentan que los encuestados en su mayoría tienen formación de universitario (a).

**Tabla 7**

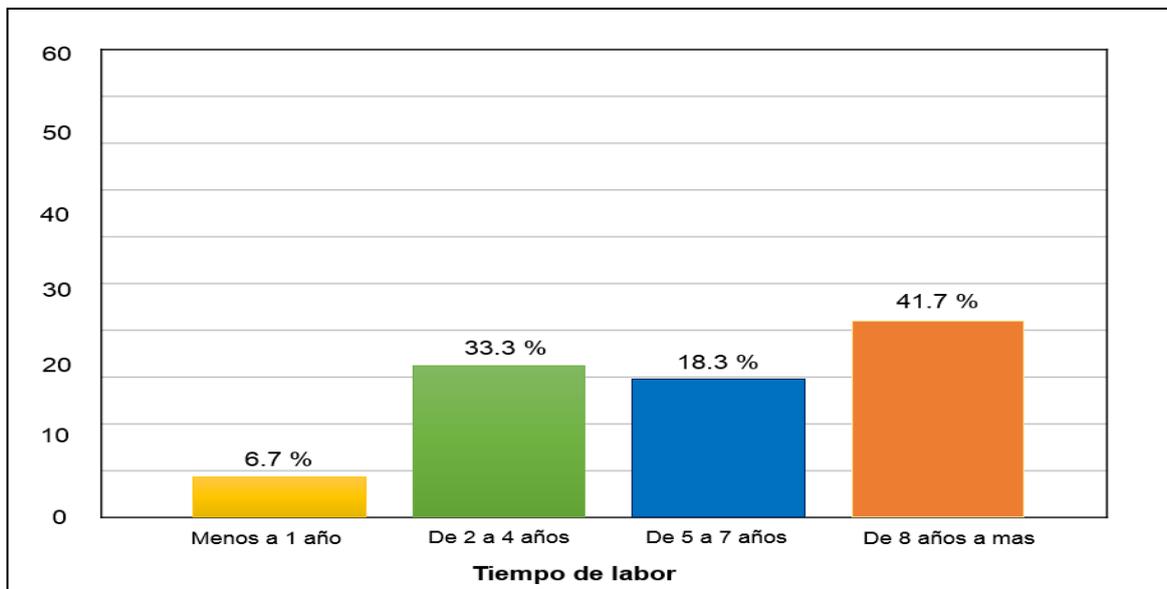
*Tiempo de labor de encuestados en sus empresas*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Menor a 1 año	4	6.7	6.7	6.7
De 2 a 4 años	20	33.3	33.3	40.0
De 5 a 7 años	11	18.3	18.3	58.3
De 8 a más años	25	41.7	41.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

Fuente: Extraído de SPSS V25.

**Figura 4**

*Distribución de tiempo de labor de los encuestados*



Fuente: Extraído del SPSS V25.

Interpretación estadística: De acuerdo con la tabla 7, figura 4, se observa los resultados de una muestra censal de 60 encuestados correspondiente al 100%, donde se detalla los años de labor de los encuestados de la siguiente forma: menor a 1 año presenta el 6.7% correspondiente a 4 encuestados, de 2 a 4 años representa el 33.3% con 20 encuestados, de 5 a 7 años corresponde al 18.3% con 11 encuestados, y de 8 a más años representa el 41.7% con 25 encuestados. El análisis estadístico observado refleja que la mayoría de las personas encuestadas tienen de 8 a más años de labor en sus empresas.

### 3.1.2. Resultados inferenciales

#### a. Pruebas de normalidad de datos

El contraste de normalidad es un método utilizado para conocer de qué forma los datos están distribuidos. Para su determinación se procede a procesar los datos en las pruebas estadísticas de Shapiro-Wilk y Kolmogorov-Smirnov, a fin de analizar qué tipo de estadística (paramétrica y no paramétrica) se debe aplicar para el contraste de cada una de las hipótesis formuladas en el estudio. Se plantea la siguiente regla de elección de hipótesis para su determinación: Se tendrá que elegir la hipótesis alterna si el (p-valor es menor al 0.05), de lo contrario se elige la hipótesis nula si el (p-valor es mayor a 0.05).

Ha = Los datos son anormales (Estadística no paramétrica).

Ho = Los datos son normales (Estadística paramétrica).

**Tabla 8**

*Pruebas de normalidad de los datos*

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión logística	0.093	60	,200*	0.934	60	0.003
Ventaja competitiva	0.091	60	,200*	0.972	60	0.184

\* Esto es un límite inferior de la significación verdadera (alfa<0.05).

a. Corrección de significación de Lilliefors.

Fuente: Extraído del SPSS V25.

Interpretación estadística: El contraste de normalidad que muestra la tabla N° 8, según Kolmogorov-Smirnov (población mayor a 50), refleja un p valor menor a 0.05; por lo cual, se acepta la hipótesis alterna. En relación con lo obtenido, se deduce que nuestros datos deben ser tratados por la estadística inferencial y las pruebas no paramétricas. Los principales modelos de pruebas paramétricas que pueden ser aplicadas son las siguientes: correlación de Pearson y R<sup>2</sup> cuadrado, entre otros. En la presente investigación, se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson y R<sup>2</sup> cuadrado, porque los datos que presenta son de carácter anormal.

Así también, el estudio presentó una correlación e influencia entre dos variables, por lo que la determinación fue más precisa.

## b. Parámetros de decisión estadística

**Tabla 9**  
*Coeficiente de Correlación de Pearson*

<b>Rangos</b>	<b>Niveles de correlación</b>
-0.90 a -0.99	Correlación negativa muy fuerte
-0.75 a -0.89	Correlación negativa considerable
-0.50 a -0.74	Correlación negativa media
-0.25 a -0.49	Correlación negativa débil
-0.10 a -0.24	Correlación negativa muy débil
0.00	No existe correlación alguna entre las variables
0.10 a 0.24	Correlación positiva muy débil
0.25 a 0.49	Correlación positiva débil
0.50 a 0.74	Correlación positiva media
0.75 a 0.89	Correlación positiva considerable
0.90 a 0.99	Correlación positiva muy fuerte
1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Adaptado de (Hernández-Sampieri, R. et al. 2014).

### 3.1.3. Contrastación de hipótesis

En las siguientes tablas se evidencia el análisis estadístico en función al problema y objetivo general, de las cuales surgió la hipótesis general de la investigación, la misma que está detallada en los próximos párrafos. Para la cual, se tomó en consideración la siguiente regla de decisión de contraste de hipótesis:

$H_a = (P\text{-valor o Sig.} < \alpha 0,05).$

$H_o = (P\text{-valor o Sig.} > \alpha 0,05).$

Se elige la hipótesis alterna si el (P-valor o Sig. menor a 0,05) de lo contrario se elige la hipótesis nula si el (p-valor es mayor a 0,05).

## A. Contrastación de la hipótesis general

Hipótesis alterna (Ha): Es probable que la gestión logística influya significativamente en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.

Hipótesis nula (Ho): Es probable que la gestión logística no influya significativamente en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.

**Tabla 10**

*Relación entre la gestión logística y la ventaja competitiva*

		Gestión logística	Ventaja competitiva
Pearson			
	Gestión logística	1	,536**
		Sig. (bilateral)	.
		N	60
	Ventaja competitiva	,536**	1
		Sig. (bilateral)	0,000
	N	60	60

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

Fuente: Extraído del SPSS V25.

**Decisión estadística:** En referencia a la tabla N° 10, se aprecia los resultados de análisis estadístico, donde se demuestra el grado de correlación entre las variables gestión logística y ventaja competitiva con un coeficiente de Pearson  $r=0.536^{**}$ , con un nivel de (Sig. < a 0,05). Además, el coeficiente de determinación  $R^2= 0.2873$ , resultado observado representa el 28.73% de influencia de la gestión logística en la ventaja competitiva, con un nivel significativo. Por lo tanto, es evidencia suficiente aceptar la hipótesis alterna y rechazar la nula. Entonces, con un nivel de significancia menor a 0,05 se demostró de acuerdo con los niveles de correlación de Pearson que existe una correlación positiva media entre la gestión logística y la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del

distrito de Arequipa, 2019, considerando que la variable independiente influye en un 28.73% de forma directa y significativa en la variable dependiente.

## B. Contrastación de las Hipótesis específicas

### Hipótesis específica 1:

(Ha): Es posible que la gestión de compras influya significativamente en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.

(Ho): Es posible que la gestión de compras no influya significativamente en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.

**Tabla 11**

*Relación entre la gestión de compras y la ventaja competitiva*

		Gestión de compras	Ventaja competitiva
Gestión de compras	Coeficiente de Pearson	1	,560**
	Sig. (bilateral)	.	0,000
	N	60	60
Ventaja competitiva	Coeficiente de Pearson	,560**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	.
	N	60	60

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

Fuente: Extraído del SPSS V25.

**Decisión estadística:** Con respecto a la tabla N°11, se aprecian los resultados de análisis estadístico, donde se especifica el grado de correlación entre la dimensión gestión de compras y la variable ventaja competitiva con un coeficiente de correlación de Pearson  $r=0.560^{**}$ , con un nivel de (Sig. < a 0,05). Además, el coeficiente de determinación  $R^2= 0.3136$ , lo que representa el 31.36% de influencia de la gestión de compras en la ventaja competitiva, con un nivel de significancia

menor a 0,05. Por lo expuesto, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Entonces, con un nivel de significancia menor a 0,05 se demostró que existe una correlación positiva media entre la gestión compras y la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019, considerando que la dimensión gestión de compras influye en un 31.36% de forma directa y significativa en la variable ventaja competitiva.

### Hipótesis específica 2:

(Ha): La gestión de almacenamiento es posible que influya significativamente en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.

(Ho): La gestión de almacenamiento es posible que no influya significativamente en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.

**Tabla 12**

*Relación entre la gestión de almacenamiento y la ventaja competitiva*

		Gestión de almacenamiento	Ventaja competitiva
Pearson	Coeficiente de Pearson	1	,488**
	Sig. (bilateral)	.	0,000
	N	60	60
Pearson	Coeficiente de Pearson	,488**	1
	Sig. (bilateral)	0,000	.
	N	60	60

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

Fuente: Extraído del SPSS V25.

**Decisión estadística:** Con relación a la tabla N°12, se observa los resultados de análisis estadístico, donde se describe el grado de correlación entre la dimensión gestión de almacenamiento y la variable ventaja competitiva con un coeficiente de correlación de Pearson  $r=0.488^{**}$ , con un nivel de (Sig. < a 0,05).

Además, el coeficiente de determinación  $R^2 = 0.2382$ , resultado observado representa el 23.82% de influencia de la gestión de almacenamiento en la ventaja competitiva, con un nivel de significancia menor al p valor. Por lo expuesto, es evidencia suficiente para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula. Por lo tanto, con un nivel de significancia menor a 0,05 se demostró que existe una correlación positiva débil entre la gestión de almacenamiento y la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019, de manera que la dimensión gestión de almacenamiento influye en un 23.82% de forma directa y significativa en la variable ventaja competitiva.

### Hipótesis específica 3:

Hipótesis alterna (Ha): Es probable que la gestión de transporte y distribución influya significativamente en la ventaja competitiva de las de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.

Hipótesis nula (Ho): Es probable que la gestión de transporte y distribución no influya significativamente en la ventaja competitiva de las de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.

**Tabla 13**

*Relación entre la gestión de transporte y distribución y la ventaja competitiva*

		Gestión de transporte y distribución	Ventaja competitiva
Pearson	Coeficiente de Pearson	1	,356**
	Gestión		
	logística		
	Sig. (bilateral)	.	0,005
	N	60	60
	Coeficiente de Pearson	,356**	1
Ventaja competitiva	Sig. (bilateral)	0,005	
	N	60	60

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

Fuente: Extraído del SPSS V25.

**Decisión estadística:** Con referencia a la tabla N°13, se muestra los resultados de análisis estadístico, donde se describe el grado de correlación entre la dimensión gestión de transporte y distribución y la variable ventaja competitiva con un coeficiente de correlación de Pearson  $r=0.356^{**}$ , con un nivel de (Sig. < a 0,05). Además, el coeficiente de determinación  $R^2= 0.1267$ , resultado apreciado representa el 12.67% de influencia de la gestión de transporte y distribución en la ventaja competitiva. Por lo expuesto, los resultados son evidencia suficiente para aceptar la hipótesis alterna y rechazar la hipótesis nula. Por consiguiente, con un nivel de significancia menor a 0,05 se afirma que existe una correlación positiva débil entre la gestión de transporte y distribución y la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019, considerando que la dimensión gestión de transporte y distribución influye en un 12.67% de forma directa y significativa en la variable ventaja competitiva.

### 3.2. Discusión de resultados

**Primera:** En referencia a la hipótesis general, es probable que la gestión logística influya significativamente en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019. En la tabla 10, se observa que existe correlación positiva media entre la gestión logística y la ventaja competitiva con un coeficiente de Pearson de  $r= 0.536^{**}$ , la variable independiente influye de forma directa y significativa en la variable dependiente. Pero, en la investigación presentada por (Ortiz, A. 2013), titulada “Diseño de un modelo de sistema inteligente como soporte de decisión para la gestión empresarial en las Pymes”, indica que las Pymes no controlan de forma eficiente los costos logísticos, por lo cual, deben eliminar puntos ineficientes que influyan en la reducción de costos y mejorar la gestión logística. Adicionalmente todo ello genera un probable incremento en las entradas y la posible rentabilidad que intentan alcanzar las pymes. Por otro lado, existen factores del proceso de planificación como la ejecución, verificación y la mejora continua que influyen positivamente en la gestión de la empresa, igualmente los procesos que generan una mayor influencia e impacto significativo en la gestión de las pymes son las variables de ejecución y planificación. Además, (Barrantes, F. et al. 2017), en su investigación denominada,

“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”, su estudio menciona que la gestión logística muestra un importante impacto en la competitividad de las pymes del sector construcción del distrito de Puente Piedra, 2016. Por otro lado, (Condori, M. 2016), en su tesis, “Calidad de servicio como una ventaja de competitividad empresarial en los microempresarios confeccionistas de la plaza internacional San José de la ciudad de Juliaca, 2016”, su estudio presento la siguiente conclusión: la existencia de una correlación significativa entre la calidad de servicio y la competitividad empresarial teniendo un valor correlacional de 41.5% originando un resultado positivo para la organización, así mismo la relación existente entre la calidad del servicio con la eficiencia empresarial, la efectividad empresarial y la mejora continua empresarial, tiene una correlación positiva plasmándose en la calidad de servicio de los microempresarios de la plaza San José. Así también la teoría expresada por los autores (Pau, J., y De Navascués, R. 2001), consideran a la logística como una de las funciones claves para el éxito de las empresas, ofreciendo al cliente un nivel elevado de calidad global al coste más bajo posible, siendo una herramienta de management total conduciendo a mejorar la competitividad y rentabilidad de las empresas. En referencia, los estudios presentados por (Ortiz, A. 2013), (Barrantes, F. et al. 2017), (Condori, M. 2016) y la teoría por (Pau, J., y De Navascués, R. 2001), muestran distintos resultados respecto al estudio de cada una de las variables en relación con otras. Significa que la variable gestión logística sufre cambios con otras variables de estudio, en nuestro caso las variables estudiadas presentan una relación significativa. Así mismo, debemos tener muy en cuenta que la gestión logística es una ventaja competitiva para las organizaciones, la misma que las hace más eficientes y productivas. En tal sentido, se afirma que las variables gestión logística influye de manera directa en la ventaja competitiva.

**Segunda:** En referencia a la hipótesis específica uno, es posible que la gestión de compras influya significativamente en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019. En la tabla 11 con un coeficiente de correlación de Pearson  $r= 0.560^{**}$ , se demostró que existe correlación positiva media entre la gestión de compras y la ventaja competitiva, la

dimensión influye de forma directa y significativa en la variable. Otros autores como, (Huanca, J. 2016), en su tesis “Modelo estratégico para optimizar la gestión logística de compras y control de inventarios de materias primas en una empresa agroindustrial 2015”, indica que la propuesta de gestión logística y control de inventarios fue empleada para desarrollar una ventaja competitiva; por lo tanto, debe ser más eficiente en el flujo de adquisiciones de materia prima con niveles de inventario óptimos y adecuados que generan mejoras en el proceso y actividades logísticas actuales, generando un incremento en la competitividad de la organización favoreciendo lograr sus objetivos establecidos. Así mismo, (Mora, L. 2016), expresa que la gestión de compras es un conjunto de actividades relacionadas con la compra y contratación de las materias primas requeridas para satisfacer el proceso productivo de la empresa. Además, el autor (López, L. 2015), define a la ventaja competitiva como el dominio de cierta actividad que la diferencia de la competencia, sabiendo que la particularidad fundamental es implementar una cadena productiva que sea competitiva, contribuyendo a alcanzar una ventaja competitiva que es esencial para la gestión del desarrollo de una organización. Por la investigación y las teorías nombradas, podemos afirmar que la dimensión gestión de compras se relaciona de forma directa e influye en la ventaja competitiva, considerando que la gestión de compras es el proceso de actividades que apoyan a implementar la cadena productiva, por lo cual, es esencial para innovar los procesos de gestión de la empresa.

**Tercera:** En función a la hipótesis específica dos, la gestión de almacenamiento es posible que influya significativamente en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019. En la tabla 12, con un coeficiente de correlación de Pearson  $r=0.488^{**}$ , se demostró que existe correlación positiva débil entre la gestión de almacenamiento y la ventaja competitiva, la dimensión influye de forma directa y significativa en la variable. Al respecto, (Núñez, M. 2014), describe que la gestión de almacenamiento es un proceso clave enfocada a regular los flujos entre la oferta y la demanda, satisfaciendo de manera oportuna las necesidades de los procesos productivos y optimizando los costos de producción, desarrollando la administración de la materia prima para el proceso de producción, así como los productos terminados para

garantizar el cumplimiento de forma competitiva de los pedidos de los clientes. Por otro lado, (Castro, A. 2015), determina que una ventaja competitiva para llegar a ser sustentable debe de cumplir con las siguientes características fundamentales: ser apreciada y valiosa para el cliente, así mismo complicado de igualar e imitar y tenerla capacidad de organización para conseguir valor, ser diferente. El resultado obtenido en nuestra investigación en función a la teoría nombrada anteriormente, nos indica que la gestión de almacenamiento es fundamental para mejorar los procesos productivos y permite a una organización generar ventaja competitiva mediante la capacidad de organización. Por lo tanto, nuestra investigación cumple con la teoría propuesta por los autores.

**Cuarta:** En referencia a la hipótesis específica tres, es probable que la gestión de transporte y distribución influya significativamente en la ventaja competitiva de las de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019. En la tabla N° 13, con un coeficiente de Pearson  $r= 0.356^*$ , se afirma que existe una correlación positiva débil entre la gestión de transporte y distribución y la ventaja competitiva, la dimensión influye de forma directa y significativa en la variable. Por su parte, (Flores. C. 2014), determina que la gestión de transporte y distribución es el proceso que se encarga de todas necesidades fundamentales relacionadas de forma directa o indirectamente con la distribución y transporte de los productos y materias primas necesarias para satisfacer a la organización como a los clientes de forma competitiva, llevando el producto al destino correspondiente, cumpliendo las condiciones de seguridad, servicio y costo, así mismo buscando incrementar la calidad del servicio. Además, (Pertusa, E. 2005), considera que la ventaja competitiva son todas aquellas características que resaltan de una organización, la misma que la diferencia de otras. En este sentido, la organización logra una mejor posición para competir e incrementar su rendimiento frente a otras empresas que compiten en su mismo sector. Teniendo en cuenta lo antes expuesto, manifestamos que el resultado obtenido en nuestra investigación cumple con la teoría, aunque la correlación es débil porque existen factores que no cumplen en su totalidad, una organización tiene que diferenciarse mediante un rendimiento diferente e incrementando la calidad de servicio. Por lo

tanto, la organización tiene que buscar diferenciarse frente a las demás y optando relativamente en mostrar una mejor ventaja competitiva.

## CONCLUSIONES

**Primera:** Referente al objetivo general, analizar la influencia de la gestión logística en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019, con un coeficiente de correlación de Pearson  $r=0.536^{**}$  y un nivel de (Sig. < a 0,05) se demostró que existe correlación positiva media entre la gestión logística y la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019. Asimismo, con un coeficiente de determinación se afirma que la gestión logística influye en un 28.73% en la ventaja competitiva de forma directa y significativa. De acuerdo con el resultado obtenido se infiere que una de las características o elemento que influye en la ventaja competitiva es la gestión logística; es decir, existen otros elementos que también influyen para lograr una ventaja competitiva.

**Segunda:** En relación al objetivo específico uno, estimar la influencia de la gestión de compras en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019, con un coeficiente de correlación de Pearson  $r=0.560^{**}$  y un nivel de (Sig. < a 0,05) se demostró de acuerdo a los niveles de correlación que existe una correlación positiva media entre la gestión de compras y la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019. Además, con un coeficiente de determinación se demuestra que la gestión de compras influye en un 31.36% en la ventaja competitiva de forma directa y significativa; considerando el resultado se infiere que la gestión de compras es un elemento importante de la gestión logística e influye en mayor porcentaje respecto a los demás elementos en la ventaja competitiva.

**Tercera:** En función al objetivo específico dos, determinar la influencia de la gestión de almacenamiento en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019, con un coeficiente de correlación de Pearson  $r=0.488^{**}$  y un nivel de (Sig. < a 0,05) se demostró que existe una correlación positiva débil entre la gestión de almacenamiento y la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019. Asimismo, el coeficiente de determinación confirmó que la gestión de

almacenamiento influye en un 23.82% de forma directa y significativa en la ventaja competitiva.

**Cuarta:** En relación al objetivo específico tres, determinar la influencia de la gestión de transporte y distribución en la ventaja competitiva de las de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019, con un coeficiente estadístico de Pearson de  $r=0.356^{**}$  y un nivel de (Sig. < a 0,05) se afirma de acuerdo a los niveles de correlación que existe una correlación positiva débil entre la gestión de transporte y distribución y la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019. Además, con un coeficiente de determinación se demostró que la gestión de transporte y distribución influye en un 12.67% de forma directa y significativa en la ventaja significativa.

## RECOMENDACIONES

**Primera:** Los gerentes o administradores de las pequeñas empresas manufactureras deben implementar estrategias que ayuden a mejorar sus actividades dentro de la organización para poder brindar un servicio único y diferente, de tal forma que la empresa alcance rentabilidad en el tiempo aplicando estrategias de precio, costo y valor de sus productos y servicios.

**Segunda:** La organización tiene que mejorar e implementar los canales de abastecimiento, esto ayudará a mejorar el proceso productivo y adicionalmente a satisfacer los procedimientos de la empresa; mientras tanto, las estrategias o herramientas utilizadas para la búsqueda, calificación y selección de proveedores, es muy importante para una adecuada compra, asimismo, deben adquirir productos y servicios considerando el precio, la cantidad, la calidad y en el tiempo oportuno. Si las empresas emplean estas actividades permitirán generar una ventaja para obtener mejores resultados y tener una posición competitiva diferente a la de los competidores.

**Tercera:** Los dueños o propietarios deben tomar en cuenta la gestión de almacenes (recepción, almacenamiento y movimiento de mercadería), la organización debe innovar las condiciones de depósito, contar con personal más capacitado; ello permitirá que la organización muestre una imagen diferente en la atención de productos y servicios a los consumidores; asimismo, con una adecuada manipulación y manejo se reduce la cantidad de merma por productos vencidos y dañados, que es su mayoría para las empresas esto representa pérdidas. Si las empresas tienen en consideración estos aspectos tendrán una respuesta positiva en su crecimiento y rentabilidad.

**Cuarta:** Los responsables, deben considerar la mejora de los medios de transporte y distribución, tomando en cuenta que los clientes son muy exigentes con los tiempos de entrega al momento de requerir ciertos productos; por lo tanto, se debe contar con mejores unidades de transporte para que la distribución sea

más eficiente y segura, en el lugar, la forma y en la cantidad que el cliente lo desea. En ese sentido, la organización tiene que diferenciarse, mostrando tratos únicos, cumpliendo con las exigencias de los consumidores y con las condiciones de entrega que las mismas empresas ofrecen al momento de ofertar sus productos.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### BIBLIOGRAFÍA

- Anaya, J. (2007). *Logística integral la gestión operativa de la empresa* (3ª Ed.). Madrid, España: Editorial ESIC.
- Ballou, H. (2004). *Logística. Administración de la cadena de suministro*. México, D.F.: Prentice Hall. Pearson Educación.
- Escrivá, J., Savall, V., y Martínez, A. (2007). *Gestión de compras*. Madrid, España: Editorial McGraw-Hill/Interamericana.
- Fernández, L. (2004). *Comunicación, archivo de la información y operatoria de teclados*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo, S. A.
- Freeman, C. (1982). *La economía de la innovación industrial* (2ª Ed.). Londres, Inglaterra: Frances Pinter.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández-Collado, C. y Baptista-Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª Ed.). México, D.F.: McGraw-Hill Education.
- Hill, C., y Jones, G. (2005). *Administración estratégica. Un enfoque integral* (9ª Ed.). México, D. F.: Editorial Cengage Learning.
- Hurtado, A. (2015). *Influencia de la responsabilidad social empresarial en el éxito competitivo de las pequeñas y medianas empresas-pymes-manufactureras de Arequipa metropolitana-Arequipa 2015* (Tesis de maestría). Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, Perú.
- Jiménez, J., y Hernández, S. (2002). *Marco conceptual de la cadena de suministro: un nuevo enfoque logístico*. México, D.F.: Instituto Mexicano del Transporte, Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
- Magretta, J. (2014). *Para entender a Michael Porter Guía esencial hacia la estrategia y la competencia* (1ª Ed.). México, D.F.: Grupo Editorial Patria.
- Mercado, S. (2004). *Compras/ Buys: Principios y Aplicaciones/ Principles and Applications*. México, D. F.: Editorial Limusa.
- Mora, L. (2016). *Gestión logística integral: las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento* (2ª Ed.). Bogotá, Colombia. Ecoe Ediciones.

- OECD y Eurostat (2005). *Manual de Oslo. Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (3ª Ed.). Madrid, España: Grupo Tragsa.
- Pau, J., y De Navascués, R. (2001). *Manual de logística integral*. Madrid, España: Editorial Diaz de santos.
- Porter, M. (1987). *Ventaja competitiva* (1ª Ed.). México, D.F.: Editorial Grupo Patria Cultural.
- Ramírez, T. (1997). *Cómo hacer un proyecto de investigación*. Caracas, Venezuela: Editorial Panapo.
- Rojas, P. (2013). *Primer estudio sobre la situación del Supply Chain Management en el Perú*. Lima, Perú. Semana Económica.
- Valdés, A. (1988). *Administración Logística* (3ª Ed.). Lima, Perú: Editorial SAGSA.

## WEBGRAFÍA

- Arpasi, K. (2014). *Mejora de métodos de la gestión logística para la empresa de transportes turismo express internacional sur oriente S.R.L., Puno, 2013* (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú. Recuperado de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/2179>
- Barrantes, F., Urday, C., y Cebreros, P. (2017). *La gestión logística y su influencia en la competitividad de las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra* (Tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/USIL/2683>
- Becerra, A. (2012). Los costos logísticos en el Perú duplican a los de Chile [Diario Gestión]. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/costos-logisticos-peru-duplican-chile-19585-noticia/>
- Beltrán, A., y Burbano, A. (2002). Modelo de benchmarking de la cadena de abastecimiento para pymes manufactureras. *Estudios Gerenciales*, 18(84), 13-30. Obtenido de [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0123-59232002000300001](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0123-59232002000300001)
- Buendía, R. E. (2013). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. *Análisis Económico*, XXVIII (69), 55-78. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=413/41331033004>
- Bustamante, E. (2016). *Generación de ventajas competitivas de carácter sostenible a partir de la logística inversa: el caso de la empresa Scharff, Arequipa 2015* (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú. Recuperado de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/6045>
- Castañeda, S. A. (2018). *Estudio de un sistema de gestión logística de almacén, a cargo de un operador logístico, que mejore la eficiencia de la organización de una empresa de manufactura, Arequipa – 2018* (Tesis de pregrado). Universidad Autónoma San Francisco, Arequipa, Perú. Obtenido de <http://repositorio.uasf.edu.pe/handle/UASF/138>
- Castro, A. (2015). *Ventajas competitivas del retail tradicional de consumo masivo frente al retail moderno en el Distrito de Trujillo en el año 2015* (Tesis de

- pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/474>
- CCIA (2019). Cámara de Comercio e Industria de Arequipa. Obtenido de <https://camara-arequipa.org.pe/>
- Condori, M. (2016). *Calidad del Servicio como una ventaja de Competitividad Empresarial en los Microempresarios Confeccionistas de la Plaza Internacional San José de la ciudad de Juliaca, 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Peruana Unión, Juliaca, Perú. Recuperado de <https://repositorio.upeu.edu.pe/handle/UPEU/657>
- Corcuera, K. (2016). *Gestión Logística y su efecto en la Rentabilidad de la Empresa Interamericana Trujillo S.A. Año 2016* (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú. Recuperado de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/UCV/429>
- Córdova, E. (2015). *Aplicación de tecnologías de información para generar ventajas competitivas en la empresa Multimetal EIRL* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de San Agustín, Arequipa, Perú. Recuperado de <http://repositorio.unsa.edu.pe/handle/UNSA/126>
- Cornetero, A. y Calderón, G. (2014). *Evaluación de la gestión logística y su influencia en la determinación del costo de ventas de la empresa distribuciones Naylamp S.R.L. ubicada en la ciudad de Chiclayo en el año 2013* (Tesis de pregrado). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú. Recuperado de <http://hdl.handle.net/20.500.12423/213>
- Espino, P., Espinoza, M., y Martínez, A. (2015). *Programa de calidad de servicio para obtener ventaja competitiva en la empresa de eventos Play Perú BTL-Lurín-2014* (Tesis de pregrado). Universidad Autónoma del Perú, Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.autonoma.edu.pe/handle/AUTONOMA/138>
- Flores, C. (2014). *La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana* (tesis de pregrado). Universidad de San Martín de Porres, Lima, Perú. Recuperado de <http://repositorio.usmp.edu.pe/handle/usmp/1111>

- García, F. (2015). *Modelo de logística inversa para materiales residuales reutilizables de la plataforma Andrés Avelino Cáceres, Arequipa 2015* (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú. Recuperado de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/2238>
- García, M., Quispe, C., y Ráez, L. (2003). Mejora continua de la calidad en los procesos. *Red de revistas científicas de América latina y el caribe, España y Portugal*, 6(1), 89-94. Recuperado de <http://www.redalyc.org:9081/html/816/81606112/>
- González, M. (2014). *Logística y distribución comercial: modelos de gestión de inventarios con patrón de demanda potencial* (Tesis doctoral). Universidad de la Laguna, España. Recuperado de <http://riull.ull.es/xmlui/handle/915/82>
- Guerra, L. V. (2018). *Aplicación de la gestión de inventario del soporte físico para mejorar la satisfacción del cliente interno de una Caja Municipal* (Tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12692/29441>
- Huanca, J. (2016). *Modelo estratégico para optimizar la gestión logística de compras y control de inventarios de materias primas en una empresa agroindustrial 2015* (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú. Recuperado de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/5293>
- Instituto Nacional de estadística e informática, INEI (2017). *Manufactura [Compendio Estadístico Perú, 2017]*. Obtenido de [https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib1483/cap16/cap16.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1483/cap16/cap16.pdf)
- Jiménez, B. (2014). *Nuevos retos de investigación para la logística inversa. Análisis de la demanda de productos refabricados* (Tesis doctoral). Universidad de Extremadura, España. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10662/2345>
- Loor, D., y Delgado, M. (2016). *Análisis de procesos en la logística de salida (planificación y distribución del producto terminado) de la empresa CDE y el diseño del modelo logístico de gestión* (Tesis de maestría). Universidad de Guayaquil, Guayaquil, Ecuador. Recuperado de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/16072>
- López, L. (2015). *La comunicación organizacional como ventaja competitiva en la municipalidad provincial de Andahuaylas, 2014* (Tesis de pregrado).

- Universidad Nacional José María Arguedas, Andahuaylas, Perú.  
Recuperado de <http://repositorio.unajma.edu.pe/handle/123456789/193>
- Ministerio de la producción (2014). Empresas manufactureras de la región Arequipa. Recuperado de <https://www.produce.gob.pe/>
- Núñez, M. (2014). *Gestión de almacenamiento: vinculación y utilización de los sistemas de información* (Tesis de pregrado). Universidad Militar Nueva Granada, Colombia. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10654/12626>
- Ortiz, A. (2013). *Diseño de un modelo de sistema inteligente como soporte de decisión para la gestión empresarial en las Pymes* (Tesis doctoral). Universidad Politécnica de Madrid, Madrid, España. Recuperado de <http://oa.upm.es/23260/>
- Parra, J. (2016). *Modelizado para la planeación de la producción y la logística directa e inversa de una cadena de suministro cuyo abastecimiento depende parcialmente de los materiales de retorno* (Tesis doctoral). Universitat Politècnica de Valencia, España. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10251/73726>
- Pastor, G. (2013). *Propuesta de un sistema de gestión logística para el aprovisionamiento basado en el sourcing estratégico y el modelo de la simulación en la compañía minera ARES S.A.C. Arequipa, 2013* (Tesis de pregrado). Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú. Recuperado de <http://tesis.ucsm.edu.pe/repositorio/handle/UCSM/4963>
- Pertusa, E. (2005). *La estructura organizativa como fuente de ventaja competitiva. Análisis de la congruencia entre el entorno, la estrategia y la estructura, y su impacto sobre el rendimiento empresarial* (Tesis doctoral). Universidad de Alicante, Alicante, España. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10045/13245>
- Sahid, F. (1987). Logística empresarial. *Revista Escuela De Administración De Negocios*, 1(3), 40-42. Recuperado a partir de <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/943>
- Travaglini, M. (2016). *La logística en las empresas virtuales* (Tesis doctoral). Universidad de Málaga, España. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10630/12279>
- Zapata, E. (2001). La efectividad del mercadeo en las pequeñas y medianas empresas (Pymes) de los sectores industriales y de servicios del

departamento de Boyacá, Colombia. *Revista Colombiana de Marketing*,  
2(3), 1-12. Recuperado de  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=109/10900302>

## **ANEXOS**

## Anexo 1

### Matriz de consistencia

**TÍTULO:** “La influencia de la gestión logística en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019”

<b>PROBLEMA PRINCIPAL</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPÓTESIS GENERAL</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>DIMENSIONES</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>METODOLOGÍA</b>
¿Cuál es la influencia de la gestión logística en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019?	Analizar la influencia de la gestión logística en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.	Es probable que la gestión logística influya significativamente en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.	Gestión logística	D1: Gestión de compras	<ul style="list-style-type: none"> <li>Búsqueda de fuentes y contratos de aprovisionamiento</li> </ul>	<b>TIPO DE INVESTIGACIÓN:</b>  Aplicada  <b>NIVEL DE INVESTIGACIÓN:</b>  Descriptivo - explicativo
					<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas de compras</li> </ul>	
				D2: Gestión de almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>Niveles y registros de existencias</li> </ul>	
					<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas de almacenamiento</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gastos incurridos en almacenamiento</li> </ul>						
<b>PROBLEMA GENERAL</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICOS</b>				
a. ¿Existe influencia de la	a. Estimar la influencia de la	a. Es posible que la gestión de				

gestión de compras en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019?	gestión de compras en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.	compras influya significativamente en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.		D3: Gestión de transporte y distribución	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios de transporte</li> <li>• Distribución</li> <li>• Oportunidad de distribución</li> </ul>	<b>POBLACIÓN:</b> Población finita  <b>MUESTRA:</b> n= 60  <b>TÉCNICA:</b> Encuesta  <b>INSTRUMENTO:</b> Cuestionario
b. ¿Existe influencia de la gestión de almacenamiento en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019?	b. Determinar la influencia de la gestión de almacenamiento en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.	b. La gestión de almacenamiento es posible que influya significativamente en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.	Ventaja competitiva	D1: Eficiencia  D2: Innovación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productividad de los empleados</li> <li>• Productividad del capital</li> <li>• Innovación de productos</li> <li>• Innovación de procesos</li> </ul>	

c. ¿Cómo influye la gestión de transporte y distribución en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019?	c. Determinar la influencia de la gestión de transporte y distribución en la ventaja competitiva de las de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.	c. Es probable que la gestión de transporte y distribución influya significativamente en la ventaja competitiva de las de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019.		D3: Capacidad de respuesta a los clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo de respuesta a los clientes</li> </ul>	
				D4: Calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad superior</li> </ul>	
					<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad como confiabilidad</li> </ul>	

Fuente: (Valdés, A.1988) y (Hill, C., y Jones, G.2011).

## Anexo 2

### Matriz de instrumentos

**Título:** “La influencia de la gestión logística en la ventaja competitiva de las pequeñas empresas manufactureras del distrito de Arequipa, 2019”

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Gestión logística	D1: Gestión de compras	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Búsqueda de fuentes y contratos de aprovisionamiento</li> <li>• Políticas de compras</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La empresa cuenta con un registro seleccionado de proveedores de bienes y servicios.</li> <li>2. La empresa selecciona a proveedores adecuados para la atención de sus cotizaciones.</li> <li>3. La empresa tiene implementado procesos de compra de bienes y servicios.</li> <li>4. La empresa cuenta con políticas de compra de bienes y servicios.</li> <li>5. La empresa analiza las propuestas ofertadas por los proveedores de bienes y servicios.</li> <li>6. La empresa evalúa calidad, cantidad, precio y oportunidad antes de elegir a proveedor de bienes y servicios.</li> </ol>
	D2: Gestión de almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Niveles y registros de existencias</li> <li>• Políticas de almacenamiento</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>7. La empresa toma medidas para asegurar el abastecimiento en periodos de alta demanda.</li> <li>8. La empresa cuenta con un reporte de existencias que permita asegurar el abastecimiento oportunamente.</li> </ol>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastos incurridos en almacenamiento</li> </ul>	<p>9. La empresa cuenta con reglas y procedimientos de almacenamiento de bienes.</p> <p>10. La empresa cuenta con instalaciones y maquinarias para el correcto almacenamiento de bienes.</p> <p>11. En la empresa se almacenan y acomodan todos los insumos y bienes de manera ordenada y cuidadosa.</p> <p>12. En la empresa se almacenan en forma selectiva, tomando en cuenta su posible vencimiento.</p>
	D3: Gestión de transporte y distribución	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios de transporte</li> <li>• Distribución</li> <li>• Oportunidad de distribución</li> </ul>	<p>13. Los vehículos de distribución han sido acondicionados para que su utilización sea eficiente.</p> <p>14. La empresa utiliza medios de transporte que optimicen su proceso de distribución.</p> <p>15. La empresa planifica el proceso de distribución de bienes.</p> <p>16. En la distribución el personal cumple con todos los protocolos de seguridad en el transporte.</p> <p>17. El transporte y distribución de materiales e insumos se caracteriza por su rapidez y puntualidad en la entrega.</p> <p>18. Se capacita en forma intensiva al personal que transporta y distribuye los insumos.</p>
Ventaja competitiva	D1: Eficiencia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productividad de los empleados</li> </ul>	<p>19. En la empresa se cumple con los objetivos trazados en un tiempo menor de lo programado.</p> <p>20. En la empresa se han utilizado óptimamente los recursos para alcanzar las metas organizacionales.</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productividad del capital</li> </ul>	<p>21. La empresa ha tenido una rentabilidad superior en los últimos años.</p> <p>22. En los últimos años la empresa ha tenido crecimiento económico sostenible.</p>
	D2: Innovación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación de productos</li> <li>• Innovación de procesos</li> </ul>	<p>23. Durante los últimos años, la empresa ha desarrollado nuevos productos.</p> <p>24. En los últimos años, la empresa ha realizado mejoras en la infraestructura de la planta.</p> <p>25. La empresa ha desarrollado mejoras en sus procesos operativos de producción.</p> <p>26. La empresa ha realizado mejoras en los procesos de servicio al cliente.</p>
	D3: Capacidad de respuesta a los clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tiempo de respuesta a los clientes</li> </ul>	<p>27. La empresa tiene políticas de respuesta rápida a las consultas de los clientes.</p> <p>28. Los trabajadores de la empresa están capacitados para responder una demanda urgente de los clientes.</p> <p>29. La empresa realiza una atención rápida y oportuna a las necesidades del cliente.</p>
	D4: Calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad superior</li> <li>• Calidad como confiabilidad</li> </ul>	<p>30. La empresa tiene establecido políticas orientadas a mejorar la calidad de sus productos.</p> <p>31. La empresa desarrolla sus productos en función a las necesidades del cliente.</p> <p>32. Las bondades y beneficios de su producto superan las expectativas del cliente.</p>

Fuente: (Valdés, A.1988) y (Hill, C., y Jones, G.2011).



Gestión de almacenamiento						
7	La empresa toma medidas para asegurar el abastecimiento en periodos de alta demanda.	1	2	3	4	5
8	La empresa cuenta con un reporte de existencias que permita asegurar el abastecimiento oportunamente.	1	2	3	4	5
9	La empresa cuenta con reglas y procedimientos de almacenamiento de bienes.	1	2	3	4	5
10	La empresa cuenta con instalaciones y maquinarias para el correcto almacenamiento de bienes.	1	2	3	4	5
11	En la empresa se almacenan y acomodan todos los insumos y bienes de manera ordenada y cuidadosa.	1	2	3	4	5
12	En la empresa se almacenan en forma selectiva, tomando en cuenta su posible vencimiento.	1	2	3	4	5
Gestión de transporte y distribución						
13	Los vehículos de distribución han sido acondicionados para que su utilización sea eficiente.	1	2	3	4	5
14	La empresa utiliza medios de transporte que optimicen su proceso de distribución.	1	2	3	4	5
15	La empresa planifica el proceso de distribución de bienes.	1	2	3	4	5
16	En la distribución el personal cumple con todos los protocolos de seguridad en el transporte.	1	2	3	4	5
17	El transporte y distribución de materiales e insumos se caracteriza por su rapidez y puntualidad en la entrega.	1	2	3	4	5
18	Se capacita en forma intensiva al personal que transporta y distribuye los insumos.	1	2	3	4	5
Eficiencia						
19	En la empresa se cumple con los objetivos trazados en un tiempo menor de lo programado.	1	2	3	4	5
20	En la empresa se han utilizado óptimamente los recursos para alcanzar las metas organizacionales.	1	2	3	4	5
21	La empresa ha tenido una rentabilidad superior en los últimos años.	1	2	3	4	5
22	En los últimos años la empresa ha tenido crecimiento económico sostenible.	1	2	3	4	5

Innovación						
23	Durante los últimos años, la empresa ha desarrollado nuevos productos.	1	2	3	4	5
24	En los últimos años, la empresa ha realizado mejoras en la infraestructura de la planta.	1	2	3	4	5
25	La empresa ha desarrollado mejoras en sus procesos operativos de producción.	1	2	3	4	5
26	La empresa ha realizado mejoras en los procesos de servicio al cliente.	1	2	3	4	5
Capacidad de respuesta a los clientes						
27	La empresa tiene políticas de respuesta rápida a las consultas de los clientes.	1	2	3	4	5
28	Los trabajadores de la empresa están capacitados para responder una demanda urgente de los clientes.	1	2	3	4	5
29	La empresa realiza una atención rápida y oportuna a las necesidades del cliente.	1	2	3	4	5
Calidad						
30	La empresa tiene establecido políticas orientadas a mejorar la calidad de sus productos.	1	2	3	4	5
31	La empresa desarrolla sus productos en función a las necesidades del cliente.	1	2	3	4	5
32	Las bondades y beneficios de su producto superan las expectativas del cliente.	1	2	3	4	5

## Anexo 4

### Validación de instrumentos

**FORMATO DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO.**

EVALUADOR: D. Joe Gutierrez Mercado FECHA: 12-07-2023

INSTRUMENTO: LA INFLUENCIA DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA EN LA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS MANUFACTURERAS DEL DISTRITO DE AREQUIPA, 2019.

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	20-40%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere mejoras	Apto	
La empresa cuenta con un registro seleccionado de proveedores de bienes y servicios.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa selecciona a proveedores adecuados para la atención de sus cotizaciones.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa tiene implementado procesos de compra de bienes y servicios.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa cuenta con políticas de compra de bienes y servicios.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa analiza las propuestas ofertadas por los proveedores de bienes y servicios.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa evalúa calidad, cantidad, precio y oportunidad antes de elegir a proveedor de bienes y servicios.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa toma medidas para asegurar el abastecimiento en periodos de alta demanda.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa cuenta con un reporte de existencias que permita asegurar el abastecimiento oportunamente.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa cuenta con reglas y procedimientos de almacenamiento de bienes.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa cuenta con instalaciones y maquinarias para el correcto almacenamiento de bienes.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
En la empresa se almacenan y acomodan todos los insumos y bienes de manera ordenada y cuidadosa.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
En la empresa se almacenan en forma selectiva, tomando en cuenta su posible vencimiento.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	Criterios Generales	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esto observado			Requiere mejoras	Apto	
Los vehículos de distribución han sido acondicionados para que su utilización sea eficiente.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa utiliza medios de transporte que optimicen su proceso de distribución.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa planifica el proceso de distribución de bienes.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
En la distribución el personal cumple con todos los protocolos de seguridad en el transporte.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
El transporte y distribución de materiales e insumos se caracteriza por su rapidez y puntualidad en la entrega.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
Se capacita en forma intensiva al personal que transporta y distribuye los insumos.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
En la empresa se cumple con los objetivos trazados en un tiempo menor de lo programado.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
En la empresa se han utilizado óptimamente los recursos para alcanzar las metas organizacionales.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa ha tenido una rentabilidad superior en los últimos años.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
En los últimos años la empresa ha tenido crecimiento económico sostenible.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
Durante los últimos años, la empresa ha desarrollado nuevos productos.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
En los últimos años, la empresa ha realizado mejoras en la infraestructura de planta.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa ha desarrollado mejoras en sus procesos operativos de producción.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa ha realizado mejoras en los procesos de servicio al cliente.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	20-40%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere reparación	Apto	
La empresa tiene políticas de respuesta rápida a las consultas de los clientes.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
Los trabajadores de la empresa están capacitados para responder una demanda urgente de los clientes.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa realiza una atención rápida y oportuna a las necesidades del cliente.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa tiene establecido políticas orientadas a mejorar la calidad de sus productos.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa desarrolla sus productos en función a las necesidades del cliente.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
Las bondades y beneficios de su producto superan las expectativas del cliente.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

EL QUE SUSCRIBE, Dr. Joe Gullón Mercado IDENTIFICADO  
 CON DNI. N° 29649013 Y N° DE COLEGIATURA 0348 CERTIFICO QUE RELICE EL JUICIO DEL EXPERTO  
 AL INSTRUMENTO DISEÑADO POR LA ESTUDIANTE: José Armando Herrera Zúñiga  
 OPINION DE APLICABILIDAD: APLICABLE (X) APLICABLE DESPUES DE CORREGIR ( ) NO APLICABLE ( )

  
 DNI 29649013

FORMATO DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO.

EVALUADOR:

*Julio A. Sobones Salas*

FECHA:

*16/01/2020*

INSTRUMENTO: LA INFLUENCIA DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA EN LA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS MANUFACTURERAS DEL DISTRITO DE AREQUIPA, 2019.

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere mejoras	Apto	
La empresa cuenta con un registro seleccionado de proveedores de bienes y servicios.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
La empresa selecciona a proveedores adecuados para la atención de sus cotizaciones.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
La empresa tiene implementado procesos de compra de bienes y servicios.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
La empresa cuenta con políticas de compra de bienes y servicios.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
La empresa analiza las propuestas ofertadas por los proveedores de bienes y servicios.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
La empresa evalúa calidad, cantidad, precio y oportunidad antes de elegir a proveedor de bienes y servicios.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
La empresa toma medidas para asegurar el abastecimiento en periodos de alta demanda.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
La empresa cuenta con un reporte de existencias que permita asegurar el abastecimiento oportunamente.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
La empresa cuenta con reglas y procedimientos de almacenamiento de bienes.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
La empresa cuenta con instalaciones y maquinarias para el correcto almacenamiento de bienes.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
En la empresa se almacenan y acomodan todos los insumos y bienes de manera ordenada y cuidadosa.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
En la empresa se almacenan en forma selectiva, tomando en cuenta su posible vencimiento.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	Criterios Generales	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado	Requiere ajustes	Apto			
Los vehículos de distribución han sido acondicionados para que su utilización sea eficiente.	Pertinencia					///	
	Claridad Conceptual					///	
	Redacción y Terminología					///	
La empresa utiliza medios de transporte que optimicen su proceso de distribución.	Pertinencia					///	
	Claridad Conceptual					///	
	Redacción y Terminología					///	
La empresa planifica el proceso de distribución de bienes.	Pertinencia					///	
	Claridad Conceptual					///	
	Redacción y Terminología					///	
En la distribución el personal cumple con todos los protocolos de seguridad en el transporte.	Pertinencia					///	
	Claridad Conceptual					///	
	Redacción y Terminología					///	
El transporte y distribución de materiales e insumos se caracteriza por su rapidez y puntualidad en la entrega.	Pertinencia					///	
	Claridad Conceptual					///	
	Redacción y Terminología					///	
Se capacita en forma intensiva al personal que transporta y distribuye los insumos.	Pertinencia					///	
	Claridad Conceptual					///	
	Redacción y Terminología					///	
En la empresa se cumple con los objetivos trazados en un tiempo menor de lo programado.	Pertinencia					///	
	Claridad Conceptual					///	
	Redacción y Terminología					///	
En la empresa se han utilizado óptimamente los recursos para alcanzar las metas organizacionales.	Pertinencia					///	
	Claridad Conceptual					///	
	Redacción y Terminología					///	
La empresa ha tenido una rentabilidad superior en los últimos años.	Pertinencia					///	
	Claridad Conceptual					///	
	Redacción y Terminología					///	
En los últimos años la empresa ha tenido crecimiento económico sostenible.	Pertinencia					///	
	Claridad Conceptual					///	
	Redacción y Terminología					///	
Durante los últimos años, la empresa ha desarrollado nuevos productos.	Pertinencia					///	
	Claridad Conceptual					///	
	Redacción y Terminología					///	
En los últimos años, la empresa ha realizado mejoras en la infraestructura de planta.	Pertinencia					///	
	Claridad Conceptual					///	
	Redacción y Terminología					///	
La empresa ha desarrollado mejoras en sus procesos operativos de producción.	Pertinencia					///	
	Claridad Conceptual					///	
	Redacción y Terminología					///	
La empresa ha realizado mejoras en los procesos de servicio al cliente.	Pertinencia					///	
	Claridad Conceptual					///	
	Redacción y Terminología					///	

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado		Requiere reajustes	Apto		
La empresa tiene políticas de respuesta rápida a las consultas de los clientes.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
Los trabajadores de la empresa están capacitados para responder una demanda urgente de los clientes.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
La empresa realiza una atención rápida y oportuna a las necesidades del cliente.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
La empresa tiene establecido políticas orientadas a mejorar la calidad de sus productos.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
La empresa desarrolla sus productos en función a las necesidades del cliente.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	
Las bondades y beneficios de su producto superan las expectativas del cliente.	Pertinencia					/	
	Claridad Conceptual					/	
	Redacción y Terminología					/	

EL QUE SUSCRIBE, Julio Sobones Salas IDENTIFICADO  
 CON DNI. N° 29231055 Y N° DE COLEGIATURA 0679 CERTIFICO QUE RELICE EL JUICIO DEL EXPERTO  
 AL INSTRUMENTO DISEÑADO POR LA ESTUDIANTE: José Armando Herrera Zúñiga  
 OPINION DE APLICABILIDAD: APLICABLE (X) APLICABLE DESPUES DE CORREGIR ( ) NO APLICABLE ( )

  
 DNI  
29231055

FORMATO DE EVALUACIÓN DE INSTRUMENTO.

EVALUADOR: Engelina Stefania Navilla

FECHA: 17.10.2019

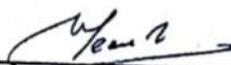
INSTRUMENTO: LA INFLUENCIA DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA EN LA VENTAJA COMPETITIVA DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS MANUFACTURERAS DEL DISTRITO DE AREQUIPA, 2019.

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	25-40%	40-60%	60-80%	80-100%	
		Esta observado				Auto	
La empresa cuenta con un registro seleccionado de proveedores de bienes y servicios.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa selecciona a proveedores adecuados para la atención de sus cotizaciones.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa tiene implementado procesos de compra de bienes y servicios.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa cuenta con políticas de compra de bienes y servicios.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa analiza las propuestas ofertadas por los proveedores de bienes y servicios.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa evalúa calidad, cantidad, precio y oportunidad antes de elegir a proveedor de bienes y servicios.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa toma medidas para asegurar el abastecimiento en periodos de alta demanda.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa cuenta con un reporte de existencias que permita asegurar el abastecimiento oportunamente.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa cuenta con reglas y procedimientos de almacenamiento de bienes.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa cuenta con instalaciones y maquinarias para el correcto almacenamiento de bienes.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
En la empresa se almacenan y acomodan todos los insumos y bienes de manera ordenada y cuidadosa.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
En la empresa se almacenan en forma selectiva, tomando en cuenta su posición y movimiento.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	Criterios Generales	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Reservados	Apto	
Los vehículos de distribución han sido acondicionados para que su utilización sea eficiente.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa utiliza medios de transporte que optimicen su proceso de distribución.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa planifica el proceso de distribución de bienes.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
En la distribución el personal cumple con todos los protocolos de seguridad en el transporte.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
El transporte y distribución de materiales e insumos se caracteriza por su rapidez y puntualidad en la entrega.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
Se capacita en forma intensiva al personal que transporta y distribuye los insumos.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
En la empresa se cumple con los objetivos trazados en un tiempo menor de lo programado.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
En la empresa se han utilizado óptimamente los recursos para alcanzar las metas organizacionales.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa ha tenido una rentabilidad superior en los últimos años.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
En los últimos años la empresa ha tenido crecimiento económico sostenible.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
Durante los últimos años, la empresa ha desarrollado nuevos productos.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
En los últimos años, la empresa ha realizado mejoras en la infraestructura de planta.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa ha desarrollado mejoras en sus procesos operativos de producción.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa ha realizado mejoras en los procesos de servicio al cliente.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

CONTENIDO		EVALUACIÓN					SUGERENCIA
ÍTEM	CRITERIOS GENERALES	0-20%	20-41%	41-60%	61-80%	81-100%	
		Esta observado			Requiere reajustes	Apto	
La empresa tiene políticas de respuesta rápida a las consultas de los clientes.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
Los trabajadores de la empresa están capacitados para responder una demanda urgente de los clientes.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa realiza una atención rápida y oportuna a las necesidades del cliente.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa tiene establecido políticas orientadas a mejorar la calidad de sus productos.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
La empresa desarrolla sus productos en función a las necesidades del cliente.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	
Las bondades y beneficios de su producto superan las expectativas del cliente.	Pertinencia					✓	
	Claridad Conceptual					✓	
	Redacción y Terminología					✓	

EL QUE SUSCRIBE, M. En Ezequiel Medina R. IDENTIFICADO  
 CON DNI. N° 29207471 Y N° DE COLEGIATURA 943 CERTIFICO QUE RELICE EL JUICIO DEL EXPERTO  
 AL INSTRUMENTO DISEÑADO POR LA ESTUDIANTE: José Armando Herrera Zúñiga  
 OPINION DE APLICABILIDAD: APLICABLE (x) APLICABLE DESPUES DE CORREGIR ( ) NO APLICABLE ( )

  
 DNI 29207471

## a. Validación y confiabilidad del instrumento

### 4.1.1. Validación

La validación fue desarrollada por profesionales con grados de maestro y doctor conocedores de las variables, autorizando el mismo para su aplicación.

**Tabla 14**

*Validación de juicio de expertos del instrumento*

<b>Experto</b>	<b>Validación</b>
Dr. Joe Olger Gutiérrez Mercado	Apto
Mgtr. Julio Augusto Sobenes Salas	Apto
Mgtr. Eugenio Medina Revilla	Apto

Fuente: Elaboración propia.

### 4.1.2. Confiabilidad

#### a. Niveles de validez

(Ruiz, C. 2002), plantea la siguiente escala de confiabilidad de un instrumento donde sus valores oscilan entre 0 y el 1. Por lo tanto, para que los ítems sean confiables deben mostrar una escala superior a 0.81 para ser considerado.

**Tabla 15**

*Niveles de fiabilidad del instrumento*

<b>Rangos</b>	<b>Magnitud</b>
De 0,81 - 1,00	Fiabilidad muy alta
De 0,61 - 0,80	Fiabilidad alta
De 0,41 - 0,60	Fiabilidad moderada
De 0,21 - 0,40	Fiabilidad baja
De 0,01 - 0,20	Fiabilidad muy baja

Fuente: Adaptado de (Ruiz, C. 2002).

## b. Confiabilidad de la variable gestión logística

**Tabla 16**

*Fiabilidad de la variable gestión logística*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de ítems</b>
0,917	18

Fuente: Extraído del SPSS V25.

Comentario estadístico: Con respecto a la tabla N° 16, se aprecia la fiabilidad de alfa de Cronbach de 18 ítems referente a la variable independiente gestión logística, con un valor de 0.917, frente a lo obtenido significa que los ítems de la variable tienen una fiabilidad muy alta para la aplicación del instrumento.

**Tabla 17**

*Consistencia de fiabilidad de ítems de la variable gestión logística*

	<b>Correlación total de elementos corregida</b>	<b>Confiabilidad del elemento</b>
P1. La empresa cuenta con un registro seleccionado de proveedores de bienes y servicios.	0.652	0.923
P2. La empresa selecciona a proveedores adecuados para la atención de sus cotizaciones.	0.423	0.926
P3. La empresa tiene implementado procesos de compra de bienes y servicios.	0.666	0.922
P4. La empresa cuenta con políticas de compra de bienes y servicios.	0.627	0.923
P5. La empresa analiza las propuestas ofertadas por los proveedores de bienes y servicios.	0.476	0.925
P6. La empresa evalúa calidad, cantidad, precio y oportunidad antes de elegir a proveedor de bienes y servicios.	0.452	0.925

P7. La empresa toma medidas para asegurar el abastecimiento en periodos de alta demanda.	0.531	0.924
P8. La empresa cuenta con un reporte de existencias que permita asegurar el abastecimiento oportunamente.	0.645	0.923
P9. La empresa cuenta con reglas y procedimientos de almacenamiento de bienes.	0.775	0.921
P10. La empresa cuenta con instalaciones y maquinarias para el correcto almacenamiento de bienes.	0.428	0.926
P11. En la empresa se almacenan y acomodan todos los insumos y bienes de manera ordenada y cuidadosa.	0.547	0.924
P12. En la empresa se almacenan en forma selectiva, tomando en cuenta su posible vencimiento.	0.409	0.926
P13. Los vehículos de distribución han sido acondicionados para que su utilización sea eficiente.	0.535	0.924
P14. La empresa utiliza medios de transporte que optimicen su proceso de distribución.	0.459	0.925
P15. La empresa planifica el proceso de distribución de bienes.	0.639	0.923
P16. En la distribución el personal cumple con todos los protocolos de seguridad en el transporte.	0.656	0.923
P17. El transporte y distribución de materiales e insumos se caracteriza por su rapidez y puntualidad en la entrega.	0.565	0.924
P18. Se capacita en forma intensiva al personal que transporta y distribuye los insumos.	0.593	0.924

---

Fuente: Extraído del SPSS V25.

Comentario estadístico: En relación con la tabla N°17, se muestra la confiabilidad de los ítems propuestos para la variable gestión logística, respecto a que cada ítem planteado muestra un valor mayor a 0.81, resultados hallados demuestran que los ítems son consistentes para su aplicación.

### c. Confiabilidad de la variable ventaja competitiva

**Tabla 18**

*Fiabilidad de la variable ventaja competitiva*

<b>Alfa de Cronbach</b>	<b>N de ítems</b>
0,867	14

Fuente: Extraído del SPSS V25.

Comentario estadístico: Con respecto a la tabla N° 18, se aprecia la fiabilidad de alfa de Cronbach de 14 ítems referente a la variable ventaja competitiva, con un valor de 0.867, frente a lo obtenido significa que los ítems de la variable dependiente tienen una fiabilidad muy alta para la aplicación del instrumento de recolección de datos en la muestra.

**Tabla 19**

*Consistencia de fiabilidad de ítems de la variable ventaja competitiva*

	<b>Correlación total de elementos corregida</b>	<b>Confiabilidad del elemento</b>
P19. En la empresa se cumple con los objetivos trazados en un tiempo menor de lo programado.	0.458	0.925
P20. En la empresa se han utilizado óptimamente los recursos para alcanzar las metas organizacionales.	0.519	0.925
P21. La empresa ha tenido una rentabilidad superior en los últimos años.	0.300	0.927

P22. En los últimos años la empresa ha tenido crecimiento económico sostenible.	0.245	0.928
P23. Durante los últimos años, la empresa ha desarrollado nuevos productos.	0.411	0.926
P24. En los últimos años, la empresa ha realizado mejoras en la infraestructura de la planta.	0.412	0.926
P25. La empresa ha desarrollado mejoras en sus procesos operativos de producción.	0.344	0.926
P26. La empresa ha realizado mejoras en los procesos de servicio al cliente.	0.578	0.924
P27. La empresa tiene políticas de respuesta rápida a las consultas de los clientes.	0.617	0.923
P28. Los trabajadores de la empresa están capacitados para responder una demanda urgente de los clientes.	0.640	0.923
P29. La empresa realiza una atención rápida y oportuna a las necesidades del cliente.	0.555	0.924
P30. La empresa tiene establecido políticas orientadas a mejorar la calidad de sus productos.	0.495	0.925
P31. La empresa desarrolla sus productos en función a las necesidades del cliente.	0.384	0.926
P32. Las bondades y beneficios de su producto superan las expectativas del cliente.	0.630	0.924

---

Fuente: Extraído del SPSS V25.

Comentario estadístico: En relación con la tabla N°19, se muestra la confiabilidad de los ítems propuestos para la variable ventaja competitiva, respecto a que cada ítem planteado muestra una consistencia mayor a 0.81, resultados hallados demuestran que los ítems son confiables para su aplicación.