



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**“El proceso logístico en la competitividad de la empresa
Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018”**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTOR:

Querevalú Rea, Jenderson

ASESOR:

Dr. León Espinoza, Lessner Augusto

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2018



ACTA DE SUSTENTACIÓN N° 0186-2018-DPI /UCV/DA-EP.NEG INT-FL-C

El Jurado encargado de evaluar el Trabajo de Investigación, presentado en la modalidad de Desarrollo de Proyecto de Investigación.

Presentado por Don:

QUEREVALU REA, JENDERSON

Cuyo Título es:

"EL PROCESO LOGÍSTICO EN LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA AG LOGISTIC GROUP S.A.C. - CALLAO, 2018".

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de:

NÚMERO	LETRAS	CONDICIÓN
17	DIECISIETE	APROBADO POR UNANIMIDAD

DESAPROBADO	00-10 PUNTOS ()
APROBAR POR MAYORIA	11-13 PUNTOS ()
APROBADO POR UNANIMIDAD	14-17 PUNTOS (X)
APROBADO POR EXCELENCIA	18-20 PUNTOS ()

PRESIDENTE : Dr. BARRUTIA BARRETO ISRAEL

FIRMA

SECRETARIO : Dr. LESSNER LEON ESPINOZA

FIRMA

VOCAL : Magtr. JOSE IGNACIO ANDRADES SOSA

FIRMA

Nota: En el caso de que haya nuevas observaciones en el informe, el estudiante debe levantar las observaciones para dar el pase a Resolución.

Callao, 17 de Diciembre del 2018.

Mgtr. Margarita Elania Pajares Gratelli
Coordinador de la Carrera Profesional de Negocios Internacionales
UCV-Filial Callao

Somos la universidad de los
que quieren salir adelante.



ucv.edu.pe

Dedicatoria

Esta tesis está dedicado a todos mis seres queridos, porque estuvieron apoyándome en todo momento y sobre todo va dedicado a mi hijo con mucho cariño.

AGRADECIMIENTO

En primera instancia un agradecimiento especial a mis padres, al igual gracias a cada uno de mis docentes que me brindaron su apoyo para seguir creciendo como profesional y sin ellos quizás no se hubiera podido llegar a cumplir con las metas establecidas.

Declaración y Autenticidad

Yo Querevalú Rea, Jenderson con el DNI: 76211240, dispuesto a acatar con las disposiciones actuales estipuladas para el desarrollo de tesis en los reglamentos de grados y títulos de la UCV, por lo cual declaro bajo juramento que la información recopilada es real y auténtico.

En este sentido, soy consciente de haber respetado los derechos de autor y ante cualquier maniobra de plagio, estaré dispuesto a cumplir cualquier sanción universitaria.

Callao, 17 de diciembre del 2018

Querevalú Rea, Jenderson

Presentación

Estimado jurado honorable:

Habiendo cumplido con los reglamentos internos de categoría y títulos de la Universidad César Vallejo tengo la satisfacción de exponer ante vuestra presencia la siguiente tesis “El proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. – Callao, 2018”, la cual está compuesta por los siguientes capítulos: introducción, métodos de análisis, resultados, discusión, conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos. En la cual se planteó como propósito común “Determinar la influencia del proceso logístico en la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018”, la cual estaré sometido a su entera disposición y espero pueda cumplir con las exigencias de aceptación para optar el título profesional de licenciado en negocios internacionales.

Índice

	Pág.
Páginas Preliminares	2
Resumen	9
Abstrac	9
I. Introducción	10
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Trabajos previos	13
1.3. Teorías relacionadas al tema	18
1. Variable Independiente: Proceso logístico	18
2. Variable Dependiente: Competitividad	19
1.4. Formulación del problema	19
1. General	19
2. Específicos	19
1.5. Justificación del estudio	20
1.6. Hipótesis	21
1. General	21
2. Específicos	21
1.7. Objetivos	22
1. General	22
2. Específicos	22
II. Método	22
2.1. Diseño de investigación	22
1. Enfoque de investigación	23
2. Método de investigación	23
3. Tipo de investigación	23
4. Nivel de investigación	23
2.2. Variables, Operacionalización	24
1. Operacionalización de variables	24
2. Matriz de Operacionalización	30
2.3. Población y muestra	32
1. Población	32
2. Unidades de muestreo	32
3. Muestra	32
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	33
1. Técnicas de recolección de datos	33
2. Instrumentos de recolección de datos	33
3. Validez	34
4. Confiabilidad	34
2.5. Métodos de análisis de datos	36
2.6. Aspectos éticos	36
III. Resultados	37
3.1. Análisis descriptivo	37
1. Resultado de dimensiones	37
3.2. Contrastación de hipótesis	43
3.3. Prueba de hipótesis	44
1. Hipótesis general	44
2. Hipótesis específica 1	47

3. Hipótesis específica 2	49
4. Hipótesis específica 3	52
IV. Discusión	55
4.1 Discusión general	55
4.2 Discusión específica 1	56
4.3 Discusión específica 2	57
4.4 Discusión específica 3	58
4.5 Aporte personal	60
V. Conclusiones	61
VI. Recomendaciones	62
VII. Referencias	63
VIII. Anexos	66
Anexo 1 Matriz de Consistencia	67
Anexo 2 Instrumento	68
Anexo 3 Validación de expertos	70

Resumen

La actual investigación persigue el propósito de determinar la influencia del proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018. La metodología es hipotético deductivo de enfoque cuantitativo, tipo aplicada, de nivel explicativo causal y su diseño fue no experimental - transversal. La población analizada fue de 33 trabajadores de la empresa. La cual la herramienta de análisis fue el cuestionario y estuvo creado por 20 preguntas de acuerdo con la escala de Likert, dado que el análisis fue con el SPSS 24. Por otro lado la influencia de la variable independiente y la dependiente fue analizada con la estadística de regresión lineal. Los resultados obtenidos demostraron que el proceso logístico tiene una influencia del 92,8% en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.

Palabras claves: Proceso logístico, competitividad y servicio al cliente.

Abstract

The current research pursues the purpose of determining the influence of the logistics process on the competitiveness of the company Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018. The methodology is hypothetical deductive quantitative approach, applied type, causal explanatory level and its design was not experimental - transversal. The analyzed population was 33 workers of the company. The analysis tool was the questionnaire and was created by 20 questions according to the Likert scale, given that the analysis was with the SPSS 24. On the other hand, the influence of the independent and dependent variable was analyzed with the statistics of linear regression. The results obtained showed that the logistics process has an influence of 92.8% on the competitiveness of the company Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.

Keywords: Logistic process, competitiveness and customer service.

I. Introducción

1.1 Realidad Problemática

En un mundo globalizado, los negocios internacionales se han convertido en un factor de importancia para el crecimiento de los países, por lo que las empresas contratan servicios a fin de que sus productos lleguen satisfactoriamente y en plazo establecido a sus clientes, entonces es donde el proceso logístico se convierte en parte esencial para toda aquella empresa que necesite tener un control perfecto de la cadena logística del producto, lo que a su vez permite controlar el tiempo de entrega de sus productos; ya que si no se cumple con los plazos establecidos de entrega la empresa asume sobrecostos, perdiendo competitividad en el mercado y brindando un mal servicio al cliente.

A nivel internacional el proceso logístico crea una relación entre distintas economías, otorgando de esta manera una serie de beneficios y oportunidades para todas las empresas de cada país. No obstante, con el paso del tiempo todo ha ido cambiando como consecuencia de la globalización que ha roto barreras y ha unido al mundo. En consecuencia, muchas empresas han buscado realizar un correcto proceso logístico para el envío de sus mercancías, por lo que tienden requerir los servicios de un operador logístico, tal es el caso de AGSA - Aduanas Ginjaume, operador logístico con mucha experiencia no sólo nacional, sino también internacional, con todas las gestiones que puedan requerirse a nivel aduanero. Siendo un claro ejemplo, donde se realizan las operaciones que se requieren de manera muy responsable y con la capacidad de realizar un servicio excelente.

En el Perú existe una amplia gama de operadores logísticos dedicados a brindar los servicios que requieren para una importación o exportación, siendo este un sector lleno de competencia tal es el caso de SAVAR, un operador logístico líder en nuestro país, especialistas en soluciones, son un socio estratégico para sus clientes. Están en constante innovación, para brindar el mejor servicio. Son una corporación reconocida por su infraestructura, procesos y sistemas. Sin embargo, muchas de estas empresas presentan inconvenientes durante este proceso, lo cual alarga los tiempos de

entrega, debido a ello, estas empresas buscan orientar al importador o exportador para evitar futuras molestias por la demora incurrida.

Los operadores logísticos, tanto en el Perú como en el extranjero, realizan un documento llamado Estado de Hechos o Statement of Facts (SOF), éste documento es llenado desde que el buque ingresa a aguas peruanas, hasta que zarpa, es de suma importancia, ya que éste documento refleja todas las operaciones que realiza el buque en el terminal, cuánto va descargando, cuánto falta, que lanchas y remolcadores se usaron, quienes estuvieron a bordo de la operación y por cuánto tiempo, de ésta manera el capitán al terminar las operaciones puede constatar su información con la que fue proporcionada por el agente y así, evitar al máximo los problemas.

La competitividad de las empresas es comprendida de diferentes maneras, pero en realidad se trata de ganarle a la competencia, utilizando para ello estrategias y que permitan obtener un mejor posicionamiento para el negocio en el mercado por lo que se deberá ofrecer un servicio de calidad hacia los clientes.

El factor competitivo se vuelve en un punto importante por lo que depende de que tan buen servicio se brinde a los clientes y el resultado es que más empresarios requieran de tus servicios por el gran trabajo con la eficacia y seguridad de realizar un excelente proceso logístico, para así poder aprovechar estos servicios para su expansión y crecimiento internacional de las mismas empresas.

Para Reig (2007): La competitividad es un factor bien conocido en relación con las empresas, por lo que se puede comprender como la capacidad que tienen las empresas para mantener o aumentar su rentabilidad y permanezcan en el mercado. (p.19).

Por lo tanto los operadores logísticos tienden a posicionarse competitivamente usando estrategias que permitan establecerse en el mercado por ello tienen a establecer buenas relaciones con sus clientes, ofreciéndoles precios competitivos, para así diferenciarse de la competencia y generar un mayor porcentaje de utilidades.

Los operadores logísticos tanto en el extranjero como AGSA - Aduanas Ginjaume y en el Perú como SAVAR están muy bien posicionados competitivamente, debido a que ofrecen un proceso logístico óptimo y por lo cual ofrecen un servicio de calidad a sus clientes. Tal es el caso de Ag Logistic Group, un operador logístico, ubicado en el distrito de Bellavista, que ofrece los servicios de importación y exportación aplicando su proceso logístico y por lo que día a día busca ampliar su cartera de clientes, por lo tanto buscamos dar respuesta a la siguiente problemática: ¿Cómo influye el proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018?

1.2 Trabajos Previos

Antecedentes Internacionales

Albergalia de Mello (2009), na sua investigação intitulada “Fatores de decisão de terceirização logística: análise baseada na percepção dos executivos” para obter o grau de Doutorado em administração pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil, propôs como objetivo geral identificar os fatores que são considerados pelos executivos no processo de decisão de terceirização logística. A metodologia utilizada foi quantitativa e a sua amostra foi composta pelo grupo de executivos que trabalham com o processo logístico em empresas de grande porte do Brasil, que tenham terceirizado atividades logísticas. Para o teste de hipóteses “O processo decisório de terceirização logística se apoia no fator características do processo logístico” foi usado à tabela de anova pela estatística de Pearson resultando 0.800 e uma significação de 0.000. Portanto, sugere que é um fator importante a ser considerado na tomada de decisão de terceirização logística a parti do análise dos itens de especificidade, geração de valor, desempenho, qualidade, flexibilidade e risco operacional. A investigação conclui dizendo que a boa localização da mercadoria em seu armazenamento para que ela possa ser distribuída de maneira correta e eficiente.

Carriel y Delgado (2017) en su investigación titulada “*La competitividad de los operadores logísticos y su incidencia en la productividad del comercio exterior ecuatoriano. Caso: Torres & Torres*” para obtener el Título de ingeniería en comercio exterior por la Universidad de Guayaquil, Ecuador, plantearon como objetivo principal identificar los factores que inciden en la competitividad de los operadores logísticos y la productividad de la empresa Torres & Torres. La metodología empleada, en cuanto al tipo de investigación fue descriptiva y exploratoria, de enfoque cuantitativo, de diseño experimental. Aplicó la técnica la encuesta. La población estaba compuesta por la pequeñas y medianas empresas de la ciudad. Llegaron a las siguientes conclusiones: debido a su constante capacitación y retroalimentación sobre los cambios en la dinámica de comercio exterior, la empresa Torres & Torres, mantiene altos márgenes de competitividad con respecto al resto de operadores logísticos del Ecuador, además de brindar un servicio ágil que busca contribuir a la rentabilidad de sus clientes y mediante el análisis realizado por medio de las entrevistas y encuestadas establecidas

se pudo corroborar, que la empresa Torres & Torres lidera el mercado de operadores logísticos, debido a sus múltiples servicios y la eficiencia de sus procesos logísticos, los cuales permiten la satisfacción de sus clientes, bajos costos en sus procesos de importaciones y exportaciones, además de eficiencia en los tiempos de envío y entrega de mercadería.

Gellibert (2015), en su investigación titulada *“Propuesta de mejora en procesos logísticos de la empresa Hidrosa S.A. para maximizar la satisfacción del cliente”*, para obtener el grado académico de magister en administración de empresas, por la Universidad Católica De Santiago De Guayaquil, Ecuador, propuso como objetivo principal analizar la incidencia de los procesos actuales del área logística en la satisfacción de los clientes de la empresa Hidrosa S.A. La metodología empleada, en cuanto al tipo de investigación fue descriptiva de diseño experimental y de enfoque cualitativo-cuantitativo. Aplicó la técnica la encuesta. La población estaba compuesta por 304 clientes de la tienda Centro Graiman Norte. Llego a las siguientes conclusiones: La datos obtenidos por medio de la verificación del área logística y por la encuesta ejecutada en la empresa, sirvieron para descubrir los procedimientos operativos que se realizan manualmente que gastaban más tiempo, lo cual originaba aplazamientos en los distribución de las mercancías y consecuentemente afectaba en el servicio a los clientes, asimismo con el presente trabajo se puedo demostrar que una gestión logística adecuada es fundamental para ofrecer un servicio de calidad y obtener una ventaja competitiva.

Poma (2010), en su investigación titulada *“Gestión logística y su incidencia en las ventas de la empresa “Megraprofer S.A.”, de la ciudad de Ambato”* para la obtener el título profesional de marketing y gestión de negocios, en la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador, propuso como objetivo general desarrollar un sistema que esté integrado con la logística que controle y direcciona los procesos de decisión en las diferentes bodegas para la optimización y crecimiento de ventas en la empresa. La metodología que se aplicó fue de enfoque mixta. La población con la que se trabajó en la investigación son los 22 trabajadores de la bodega que representan al 100% de la muestra, ya que la población en la cual fue enfocado es pequeña. Los resultados obtenidos en cuanto al tiempo máximo y mínimo de cómo se realiza el desembarque de las mercaderías, de las 22 personas encuestadas el 68% está de acuerdo que el tiempo máximo y mínimo de embarque es muy bueno, el 23% considera que es bueno,

el 4% lo considera regular y el 5% está convencido que es excelente, la mayoría de encuestados considera que el tiempo de desembarque para el ingreso y salida de la mercancía es adecuado. Llegando a la conclusión que dentro de la empresa por falta de una adecuada distribución y una mejora de la circulación también afecta a los clientes y lo que genera una insatisfacción por parte de ellos.

Teran (2018) en su investigación titulada “*Análisis del proceso logístico y su incidencia en la exportación de banano de la compañía Jorcorp S.A.*” para obtener el Título de ingeniera en comercio exterior por la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador, planteó como objetivo principal analizar los procedimientos logísticos que realiza la compañía Jorcorp S.A. en su exportación de banano. La metodología empleada, en cuanto al tipo de investigación fue descriptiva, de enfoque mixto, de diseño experimental. Aplicó como técnica la encuesta. La población estaba compuesta por los trabajadores de la empresa. Llegó a las siguientes conclusiones: se identificó que existen algunos puntos a considerar en los distintos procesos logísticos para la exportación de plátano, por ello se realizó un mayor énfasis en los más importantes y se deben realizar completamente, debido a que son fundamentales para que la calidad y apariencia de la fruta no sea dañada. También se concluyó que de acuerdo con las fuentes de información mencionadas, se tienen que tomar las medidas correctas en cada etapa de los procesos logísticos, dentro de las operaciones para la exportación de plátano, es un aspecto primordial para evitar que la fruta sea dañada y que cause a corto o largo plazo un efecto perjudicial en la calidad de la fruta enviada.

Antecedentes Nacionales

Guevara (2017), en su investigación titulada “*Calidad de servicio y su relación con la competitividad del Banco de Crédito del Perú, Cercado de Lima – 2017*”, para lograr el grado de título de Licenciado en Administración en la Universidad Cesar Vallejo, Lima - Perú. Planteó como objetivo general determinar la relación de la calidad de servicio con la competitividad del Banco de Crédito del Perú, Cercado de Lima – 2017; el nivel del estudio planteado fue descriptiva – correlacional, diseño no experimental - transversal; la población de estudio fue integrada de 175 usuarios que no cuentan con alguna cuenta en el banco; utilizando a 120 personas en la muestra. Según los resultados obtenidos, el Rho de Spearman resultó 94.9%, lo cual indica una relación casi perfecta; además el valor de significancia es 0,01 (bilateral), debajo de

0.05, con lo cual se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de investigación mostrando que la calidad de servicio tiene vínculo con la competitividad del Banco de Crédito del Perú, Cercado de Lima – 2017. Concluyendo que una buena calidad de servicio tiene que estar acompañado de la innovación, puesto que para lograr la competitividad necesaria es conveniente contar con una buena calidad de servicio.

Inca (2018), en su investigación titulada “*El proceso logístico en la importación en la agencia de carga Rush Transport del Perú S.A.C. – San Isidro, 2018*”, para obtener el título profesional de Negocios Internacionales por la Universidad César Vallejo, planteo como objetivo principal determinar la influencia del proceso logístico en la importación de mercancías en la empresa Rush Transport del Perú S.A.C. - San Isidro, 2018. La metodología empleada, en cuanto al tipo de investigación fue de no experimental y de enfoque cuantitativo. La población seleccionada fue 75 trabajadores de la empresa Rush Transport del Perú S.A.C. Los resultados estadísticos alcanzados en este estudio nos dicen que el 82.6% considera favorable dar una trazabilidad al producto y el 17.4% considera no dar una trazabilidad al producto, en base a el contraste con la hipótesis sobre si “el proceso logístico influye en la importación de mercancías en la empresa Rush Transport del Perú S.A.C. - San Isidro, 2018”, utilizando la estadística de Pearson, la cual proporcionó un resultado de 0,996 y un nivel de significancia de 0,000 menor a 0.05, donde se concluye que la hipótesis queda aceptada, es decir, el proceso logístico si influye en la importación de mercancías en la empresa Rush Transport del Perú S.A.C. - San Isidro, 2018. Con la investigación se llegó a la conclusión de que se llegó a demostrar que el Proceso Logístico influye en la importación de mercancías en el Perú, dado los resultados obtenidos en el estudio de un 99,8%, según la tabla de coeficientes, obteniendo un resultado muy óptimo para nuestra investigación y afirmando que el proceso logístico es de mucha importancia para la importación de una mercancía, ya que conlleva una serie de pasos (documentación, mercancía, entre otros) y tiene que ser monitoreados de una forma correcta, por lo tanto, este proceso se encarga de un correcto control de los servicios y bienes materiales desde su adquisición en su punto de origen hasta ser importada y distribuida de una manera exitosa.

Pino (2008), en su investigación titulada “La relación entre el sector industrial y el tamaño de empresa con las prácticas de la calidad total y el desempeño

organizacional”, para la obtención del grado de Doctor en Administración de empresas en la Universidad Pontificia Católica del Perú, propuso como objetivo general implementar una mejora en la gestión de la calidad para lograr un óptimo desempeño en la organización, esta se desarrolla a través de las prácticas que son asociadas a este concepto. La metodología que aplico en la investigación fue cuantitativa. La población elegida fueron las empresas privadas de Lima y 6 de provincia. Se pudo encontrar una muestra de 600 estudiantes de maestría de Centrum Católica. En contraste con la hipótesis sobre sí “Las prácticas de calidad están relacionadas de forma positiva con el desempeño operacional” según la medición mostro un nivel de significancia de 0.01, utilizándose la prueba estadística de Pearson y dando como resultado un 0.948, por lo cual la hipótesis quedó aceptada. Llegando a la conclusión de que la manera en que se analiza la gestión en la calidad es por medio de sus prácticas ya que es la parte más notoria de su concepto y a través de ella podemos comprender por qué terminan en fracaso la mayoría de intentos en la implementación de la misma.

Urday y Cebberos (2017), en su investigación titulada “*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*”, para la obtención del grado de Internacional Business en la Universidad San Ignacio de Loyola, Perú; plantearon como objetivo general poder definir si existe influencia significativa entre la gestión logística y la competitividad en pymes en el sector en el distrito de Puente Piedra. La metodología que se aplicó fue de no experimental y un enfoque cuantitativo – cualitativa. La población seleccionada fue de 198 empresas que distribuyen productos de construcción. De las cuales solo 15 efectúan trabajos de importación de maquinarias para el sector construcción. Los resultados estadísticos alcanzados en este estudio nos dicen que el 40% considera favorable monitorear el proceso desde su compra hasta ser recibida al almacén asimismo el 60% está de acuerdo con el seguimiento de dicho producto desde su salida hasta que esta sea recibida. En contraste con la hipótesis sobre sí “la gestión logística influye en la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra, 2016” según la medición mostro un nivel de significancia de 0.000, utilizándose la prueba estadística de Pearson y dando como resultado un 0.956, por lo cual la hipótesis quedó aceptada. Llegando a la conclusión de que la hipótesis general planteada fue validada y afirmada de tal

manera; quedando evidenciado el conocimiento respecto a los temas especializados planteados con relación a la gestión logística.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Variable Independiente: Proceso Logístico

Pierre (2015) define como el proceso en el cual se planifica, se establece y controla eficientemente el flujo y el lugar donde se almacenan las mercancías y la información con el objetivo de cumplir los requerimientos del cliente (p.42).

Zeithaml & Bitner (2002) define calidad como una evaluación que los clientes realizan sobre el servicio que se les brinda, para las empresas ofrecer servicios de calidad dejó de ser una alternativa, mediante la competencia y la innovación tecnológica de las empresas ha evidenciado que las estrategias que utilizan no solo se basan por la calidad del producto que brindan, sino también en cómo estás brindando el servicio (p.93).

Mora y Muñoz (2009) is the process of planning, implementation and control of efficient and economical flow and storage of the raw material, semi-finished and finished products, as well as the associated information (p.11).

Escudero (2014) señala que el almacenamiento consiste en establecer el lugar del almacén y de los medios de transporte, así como las actividades logísticas en relación con el almacenaje por lo que se centran en establecer la ubicación exacta del almacén, para así distribuir los espacios, permitiendo colocar los productos en el lugar apropiado y tener un control de stocks (p. 4).

Martínez (2015), señala que el seguimiento de un producto es un conjunto de procedimientos que permiten identificar y registrar cada producto, desde su salida hasta su llegada al cliente, permitiendo comercializarlo y

monitorear los productos para posicionarlos en mercados específicos (p. 78).

1.3.1 Variable Dependiente: Competitividad

Porter (1991) indica que la competitividad no depende solo de los indicadores macroeconómicos de un país, sino que también depende de los indicadores microeconómicos, como el funcionamiento y la eficacia que tengan las empresas, en sus capacidades para proporcionar estrategias competitivas e innovadoras (p.15).

Ramírez (2016) definir competitividad resulta complicado, ya que los conceptos no son claros y por lo que genera polémica al tratar de dar a conocer un concepto tratando de que su propósito final sea de mucho provecho para obtener resultados. Por ello es importante indicar como se va a utilizar el concepto, como el tiempo, puesto que una definición muy específica puede dejar de lado conceptos de igual importancia (p. 3).

Padilla (2006) menciona que la competitividad se relaciona con la capacidad de ofrecer un mejor estatus de vida a las personas, así como de incrementar la productividad y así poder ingresar en el mercado internacional y generar excelentes resultados (p.18).

1.4 Formulación del Problema

1.4.1 Problema General

¿Cómo influye el proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018?

Problemas Específicos

- ¿Cómo influye el seguimiento de un producto en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018?

- ¿Cómo influye el almacenamiento en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018?
- ¿Cómo influye la calidad en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018?

1.5 Justificación del Estudio

Hernández, Fernández y Baptista (2014), mencionan que se justifica el estudio en el cual se exponen las razones (el para que se debe efectuar el estudio). Las investigaciones se ejecutan con propósito en sí y no por una simple gana de hacerlo el cual debe ser de mucha significancia para que se pueda justificar y procesa a realizarse, dicha investigación es conveniente por los diferentes motivos, ayuda a resolver los problemas sociales, construye nuevas teorías y también el generar nuevas inquietudes de la investigación (p. 40).

Teórico:

Se ha podido observar que las empresas que ofrecen servicios logísticos en el Perú han crecido en los últimos años. Estas empresas aprovechan todos los beneficios que nuestro país le ofrece para su crecimiento y poder dar un servicio de calidad y eficaz a su cliente final. Además, se pretendió conocer si el proceso logístico influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group.

Metodológico:

La investigación tiene como propósito brindar conocimientos que puedan ser aplicados para que el proceso logístico pueda influir de manera positiva en la competitividad, lo cual permitirá a la empresa Ag Logistic Group una adecuada entrega de mercancía desde la salida del establecimiento hasta su consumidor final y ser reconocida no solo como una de las mejores del rubro, siendo también reconocida por la calidad y eficacia en sus servicios ofrecidos.

Social:

En la investigación realizada, se pretende brindar un apoyo para que el proceso logístico contribuya en el desempeño competitivo para la realización de exitosas operaciones y sobre todo para aquellas empresas que necesiten los servicios logísticos para poder importar o exportar sus productos, con un precio accesible a la economía del cliente peruano.

Práctico:

El trabajo de investigación tiene como finalidad, lograr que la empresa brinde un buen servicio para que la mercancía llegue a su destino final puesto que muchas veces, hay dificultades para que la mercancía pueda ser enviada. Además, de poder brindarle una solución a nuestro potencial cliente, ofreciéndoles asesoría para importar o exportar sus mercancías.

Conveniencia: El trabajo difundirá el proceso logístico conveniente para la que las empresas entiendan que este proceso si se realiza de manera eficaz y brindando un buen servicio al cliente, obtendrá un crecimiento competitivo superior a las demás empresas y asimismo generar una mayor rentabilidad.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General

El proceso logístico influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. – Callao, 2018.

Hipótesis Especificas

- El seguimiento de un producto influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.
- El almacenamiento influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.
- La calidad influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.

1.7 Objetivo

1.7.1 Objetivos General

Determinar la influencia del proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. – Callao, 2018.

Objetivos Específicos

- Determinar la influencia entre el seguimiento de un producto y la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.
- Determinar la influencia entre el almacenamiento y la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.
- Determinar la influencia entre la calidad y la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.

II. Método

2.1.1. Diseño de Investigación

El diseño es **No Experimental – Transversal**.

Hernández, Fernández y Baptista (2014), lo definen como el estudio en la cual no se manipulan las variables de una forma deliberada, lo cual se basa en analizar los sucesos en la empresa en un entorno natural y luego se analizan (p. 152).

Hernández, Fernández y Baptista. (2014), definen la investigación transversal como aquella que se basa en la acumulación de información en una oportunidad única, con el propósito de exponer las variables para analizar su relación (p. 154).

Teniendo como base las citas mencionadas se llega a deducir que en la investigación no se va a manipular y la investigación solamente será realizada en un solo único momento.

2.1.2. Enfoque de investigación

El enfoque es **Cuantitativo**, según Hernández, Fernández y Baptista (2014), lo definen como el almacenamiento de información de los datos, basándose en números para que se puedan aprobar las hipótesis y poder demostrar las teorías (p. 4).

2.1.3. Método de investigación

El método es **Hipotético - Deductivo**; Bernal (2010), lo define como un método que parte de la afirmación en la calidad de las hipótesis y busca la indagación para aceptar o negar las hipótesis llegando a la deducción y luego pasar a las conclusiones el cual se confrontan con la realidad (p. 60).

2.1.4. Tipo de investigación

El tipo de investigación es **Aplicada**; Behar (2008), manifiesta que la investigación de tipo aplicada busca la aplicar toda la sabiduría adquirida. Para ello se requiere también un marco teórico y busca la afirmación de la teoría con la realidad (p. 20).

2.1.5. Nivel de investigación

El nivel de investigación es **Explicativo – Causal**.

Según Bernal (2010), comenta que: la investigación de nivel explicativo busca la prueba de hipótesis a través de fundamentos y busca que nos lleven a las conclusiones para poder formular los principios científicos, la cual el investigador propone como meta el estudio de los hechos, el cual las diferentes anomalías se denominan explicativas (p. 115).

Respecto a la investigación causal, Gordillo, Mayo, Lara y Gigante (2010), lo definen como aquella que busca la identificación de la relación del tipo causa-efecto en las variables pero debido su naturaleza es muy imposible el manipular las variables (p. 7).

2.2 Variables, Operacionalización

2.2.1. Variable Independiente: Proceso Logístico

Definición conceptual:

Según Escudero (2014) lo define como:

El proceso logístico nos permite dar un seguimiento de un producto, aplicar un conjunto de técnicas para acortar tiempos, reducir costes de almacenamiento y conseguir así que el producto llegue al cliente final con la satisfacción de tener un producto de calidad (p. 2).

Dimensión seguimiento de un producto

Según Martínez (2015) lo define como:

Un conjunto de procedimientos que permiten identificar y registrar cada producto, desde su salida hasta su llegada al cliente, permitiendo comercializarlo y monitorear los productos para posicionarlos en mercados específicos (p. 76).

Indicadores

Comercialización

Según Kriesberg y Steele (2008) lo define como:

Todas las funciones relacionadas respecto al envío de los productos desde el productor hasta el cliente. También se realizan todas las funciones, de intercambio en la compra y venta destinadas a reducir el tiempo, espacio y de forma del producto así como todas las funciones auxiliares, tales como el financiamiento, asumir riesgos e informar a los trabajadores del proceso de comercialización (p. 2).

Mercados

Según Gómez (2001) lo define como:

Lugar de ubicación de todas las empresas que venden sus bienes y servicios, es importante hablar de un mercado imperfecto, debido a que ninguna de las premisas básicas de los mercados competitivos se cumple por lo que ninguna empresa individualmente influye en las modificaciones de los precios de mercado, solo el conjunto de empresas tiene esa posibilidad (p. 55).

Dimensión: Almacenamiento

Según Escudero (2014) lo define como:

Consiste en establecer el lugar del almacén y de los medios de transporte, así como las actividades logísticas en relación al almacenaje por lo que se centran en establecer la ubicación exacta del almacén, para así distribuir los espacios, permitiendo colocar los productos en el lugar apropiado y tener un control de stocks (p. 4).

Indicadores

Ubicación

Respecto a la definición de ubicación, autores como Reyes (2005) lo define como: “Espacio en cual se permite la realización efectiva de todo el proceso” (p. 305).

Distribución

Respecto a la definición de distribución autores como Rojas, Guisao y Cano (2011) lo definen como “un proceso importante en la producción y el comercio, en el cual se describen las funciones relacionadas con el envío

de los productos terminados y posteriormente lleguen a los clientes” (p.118).

Control de stocks

Respecto a la definición de control de stocks autores como Carreño (2011) lo define como: “la inspección de las mercancías ya que se realizan durante todo el proceso de almacenamiento, desde su ingreso hasta su despacho” (p.122).

Dimensión Calidad

Según Gosso (2015) lo define como:

El nivel de proximidad que existe entre el producto y la empresa, y de acuerdo con sus propias expectativas; los clientes tienden a calificar de manera distinta la calidad de un producto o servicio (p. 42-43).

Indicadores

Empresa

Según Gil y de la Fuente (2010) la definen como:

La creación y el propósito de las empresas en general, atrae cada vez más la atención de los técnicos, los profesionales, los jóvenes pero todo estamos en organizaciones, nacemos en una de ellas la familia, es la primera unidad económica, social y jurídica con la que nos encontramos (p. 20).

Productos

Según Galindo (2007) lo define como:

Un bien que satisface las necesidades del cliente, mediante una apropiada elaboración de los diferentes bienes para la satisfacción

del cliente. Los clientes buscan la satisfacción propia gracias a estos productos que se les ofrece y se puede definir el producto como un bien que nos brinda características ya sean físicas o de servicios que logra una satisfacción propia para el cliente (p. 15).

2.2.2 Variable Dependiente: Competitividad

Definición conceptual:

Para Porter (2015) lo define como:

Una empresa que aplica estrategias para lograr una diferenciación, menores costos y así se brindará un mejor servicio a los clientes mediante sus productos y servicios, lo cual permitirá satisfacer sus necesidades (p. 55).

Dimensiones de la variable competitividad

Diferenciación del producto

Según Klotter (2009) lo define como:

Una estrategia de marketing que crea una imagen sobre el producto de manera única con respecto a la competencia e intenta resaltar las cualidades del producto, de manera que se relacionen con los clientes y perciban el producto como único (p.25).

Indicadores

Marketing

Según Pinto (2016) lo define como:

El punto de partida es el mercado, el elemento clave las necesidades del cliente, los medios de marketing y el fin obtener beneficios que provengan de la satisfacción del cliente. En vez de darle prioridad a la fabricación y a la venta, empiezan a centrarse

en generar valor para los clientes de cada mercado, ya que no solo se trata de vender, es necesario fidelizar a los clientes (p.17).

Relación con los clientes

Según Pinto (2016) lo define como:

Las relaciones personales siguen siendo muy importantes, pero la entrada de las redes sociales orientadas al ámbito laboral es muy utilizada tanto por proveedores como por los clientes para establecer relaciones por lo que es necesario contar con un perfil bien diseñado que sea gestionado adecuadamente y que el cliente lo conozca (p.15-16).

Costos logísticos

Respecto a la definición de costos logísticos autores como Ballou (2004) lo define como: “los costos en que la empresa asume para brindar un mejor servicio a los clientes, como lo son los costos de distribución y costos de servicio al cliente” (p.744).

Indicadores

Costos de distribución

Según Ballou (2004) lo define como:

El costo más importante dentro de los costos logísticos incluye entre otros los siguientes: de transporte, inventarios, del proceso de pedidos, administrativos y gastos generales relacionados a la distribución (p.745).

Costos de servicio al cliente

Según Ballou (2004) lo define como:

Su cálculo no es sencillo ya que se debe determinar un principio del servicio logístico para realizar la comparación, como por ejemplo en el cálculo de la distribución en función al porcentaje de entrega de productos en un día, así como de establecer el porcentaje promedio de inventario y porcentaje de pedidos atrasados (p.747).

Servicio al cliente

Iglesias (2016) lo define como:

Determinar las requerimientos y deseos del cliente en relación con el servicio logístico como en el tiempo de entrega y la entrega de los productos, realizando un análisis de los requerimientos del cliente y de la capacidad de servicio que podemos realizar desde nuestra organización” (p.11).

Indicadores

Tiempo de entrega

Respecto a la definición de plazo de entrega autores como Iglesias (2016) lo define como: “el tiempo que debe transcurrir desde que el cliente emite el pedido hasta que se realiza la entrega en sus instalaciones” (p.11).

Entrega segura

Respecto a la definición de forma de entrega autores como Coyle, Langley, Novack y Gibson (2012) lo define como: “todas las características que se deben cumplir en el proceso de entrega lo cual constituye la meta máxima de cualquier sistema logístico” (p.266).

2.2.2. Operacionalización

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de Medición
Variable Independiente: Proceso Logístico	Según Escudero (2014) lo define como El proceso logístico nos permite dar un seguimiento de un producto, aplicar un conjunto de técnicas para acortar tiempos, reducir costes de almacenamiento y conseguir así que el producto llegue al cliente final con la satisfacción de tener un producto de calidad (p. 2).	La variable independiente "Proceso Logístico", fue medida por medio de un cuestionario que posee diferentes ítems, teniendo en cuenta los indicadores para su óptima ejecución.	Seguimiento de un producto	Comercialización	Según Hernández Fernández y Baptista (2014) ORDINAL Tiene un orden de mayor a menor jerarquía (p.215). INTERVALOS Se establecen intervalos iguales en la medición. Las distancias entre categorías son las mismas a lo largo de toda la escala, por lo que hay un intervalo constante, una unidad de medida (p.216).
				Mercados	
			Almacenamiento	Ubicación	
				Distribución	
				Control de stocks	
			Calidad	Empresa	
Productos					

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala De Medición
Variable Dependiente: Competitividad	Para Porter (2015) lo define como: Una empresa que aplica estrategias para lograr una diferenciación, menores costos y así se brindará un mejor servicio a los clientes mediante sus productos y servicios, lo cual permitirá satisfacer sus necesidades (p.55).	La variable dependiente "Competitividad", fue medida por medio de un cuestionario que posee diferentes ítems, teniendo en cuenta los indicadores para su óptima ejecución.	Diferenciación del producto	Marketing	Según Hernández Fernández y Baptista (2014) ORDINAL Tienen un orden de mayor a menor jerarquía (p.215) INTERVALOS Se establecen intervalos iguales en la medición. Las distancias entre categorías son las mismas a lo largo de toda la escala, por lo que hay un intervalo constante, una unidad de medida (p.216).
				Relacion con los clientes	
			Costos Logísticos	Costos de distribución	
				Costos de servicio al cliente	
			Servicio al cliente	Tiempo de entrega	
				Entrega segura	

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

Para Bernal (2010), comenta que: es el conjunto de todas las personas al cual se refiere la investigación (p. 161).

Para cumplir con los objetivos del estudio, se trabajó con una población de 60 trabajadores de la empresa Ag Logistic Group S.A.C.

2.3.2. Unidades de muestreo

De la población general, se eligió a 36 trabajadores de la empresa como muestreo que tienen conocimiento sobre el tema a investigar y por lo cual tendrían la facilidad para responder las preguntas que se han planteado en la investigación para así obtener los resultados y poder obtener mejores resultados estadísticos. Hernández et al. (2014), lo define como una fracción o pequeña parte de los componentes que conciernen al total del conjunto estructurados por diversas características que llamamos población, pretendiendo que este pequeño grupo sea idéntico al conjunto de la población (p. 175).

2.3.3. Muestra

La técnica que se utilizara para hallar la muestra es **probabilístico aleatorio simple** y para Hernández, Fernández y Baptista (2014), son todos los elementos de la población que tienen la misma posibilidad de ser escogidos y se obtienen definiendo las características de la población y el tamaño de la muestra, y por medio de una selección aleatoria (p. 175). Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$N = \frac{N * Z^2 p * q}{d^2 * (N - 1) + Z^2 p * q}$$

Dónde:

	Nivel de confiabilidad	95%
N=	Total unidades de muestreo	36
Z=	Valor de distribución	1.96
p=	Proporción de aceptación	50%
q=	Porcentaje de no aceptación	50%
d=	Margen de error	5%

$$n = \frac{(36)(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (36 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 33$$

La fórmula realizada proporcionó el total de muestra para el trabajo de investigación, la cual está compuesta por 33 trabajadores de la empresa Ag Logistic Group.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

2.4.3. Técnicas de recolección de datos

La técnica que se empleó la **encuesta**, en la cual se realiza preguntas hacia los trabajadores de la empresa, respecto al proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C.

Según Behar (2008), la encuesta recolecta información de una parte de la población de interés, dependiendo del tamaño de la muestra en el fin del estudio (p. 62).

2.4.4. Instrumento de recolección de datos

El instrumento utilizado en la presente tesis fue el **cuestionario**, realizado a la muestra para obtener su punto de vista con relación al trabajo de investigación.

Bernal (2010), define el cuestionario de la siguiente manera, el grupo de preguntas diseñadas para alcanzar las metas del estudio en el cual se permite la estandarización y uniformar el proceso de recolección de datos (p. 250).

El instrumento de la investigación estuvo conformado por 20 preguntas; 10 de ellas son para la variable independiente “Proceso logístico” y las otras 10 son para la variable dependiente “Competitividad”. El cuestionario estuvo dirigido a los trabajadores de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. Callao - 2018.

2.4.5. Validez

Para Hernández, Fernández y Baptista. (2014), “Se define como el instrumento que mide el grado de la variable que se pretende medir” (p. 200).

El instrumento utilizado en el estudio ha sido entregado a un juicio de expertos, de acuerdo con la Facultad de Ciencias empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo - Filial Lima Norte 2, los cuales fueron:

- a) Mag. Jose Ignacio Andrades Sosa
- b) Mag. Gustavo Javier Alberca Teves
- c) Mag. Paul Gregorio Paucar Llanos

2.4.6. Confiabilidad

Bernal (2010), se puede definir con el cuestionario que se encarga de medir las diferentes puntuaciones obtenidas por el cuestionario (p. 247).

Coeficiente	Relación
0.00 a +/- 0.20	Muy Baja
-0.2 a 0.40	Baja o ligera
0.40 a 0.60	Moderada
0.60 a 0.80	Marcada
0.80 a 1.00	Muy Alta

La confiabilidad del instrumento se realizó con el método Alfa de Cronbach, ofreciéndonos la información obtenida al Estadístico IMB SPSS 24, realizada a la muestra de 33 trabajadores de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. con un total de 20 preguntas.

TABLA N° 1: Estadístico de Fiabilidad General de Variable Independiente: El Proceso Logístico

Variable Independiente: El Proceso Logístico

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	33	100,0	,911	10
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	33	100,0		

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Si observamos el cuadro N° 1 de fiabilidad para la variable independiente es confiable, porque se obtuvo un resultado de 0.911; es decir, el nivel de fiabilidad de la herramienta y de los ítems son altos.

TABLA N° 2: Estadístico de Fiabilidad General de Variable Dependiente: Competitividad

Variable Dependiente: Competitividad

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	33	100,0	,865	10
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	33	100,0		

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Si observamos el cuadro N° 2 de fiabilidad para la variable dependiente es confiable, porque se obtuvo un resultado de 0,865; es decir el grado de fiabilidad de nuestra segunda herramienta y de los ítems son buenos.

TABLA N°3. Estadístico de fiabilidad de la variable dependiente X y Variable independiente Y

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	33	100,0	,941	20
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	33	100,0		

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Si observamos el cuadro N° 3 de fiabilidad, afirma que la prueba es de muy alta confiabilidad, porque se obtuvo un resultado de 0.941; en el cual la fiabilidad de la herramienta y de los ítems en general es alto.

2.5. Métodos de análisis de datos

En la presente tesis se utilizó el programa de análisis estadístico SPSS 24. Además, se hizo uso del Alfa de Cronbach para medir el grado confiabilidad de nuestra herramienta y el Juicio de expertos para la validez de este.

2.6. Aspectos éticos

Para poder realizar la investigación se tuvo en cuenta los siguientes aspectos éticos:

- **Utilización de la información:**

El cuestionario se realizó de forma anónima, por lo tanto la identidad de las personas fue respetada, y no se dio otro uso con la información captada.

- **Valor social:**

Los participantes de la encuesta del trabajo de investigación no fueron tomadas por obligación, todos ellos presentaron disposición para responder las preguntas del cuestionario.

- **Validez científica:**

La información que se obtuvo por los diferentes autores se encuentra debidamente citadas con las fuentes correspondientes, y además no se ha alterado ningún dato del autor original para evitar posibles plagios. De esta manera, la validez teórica es la correcta.

III. Resultados

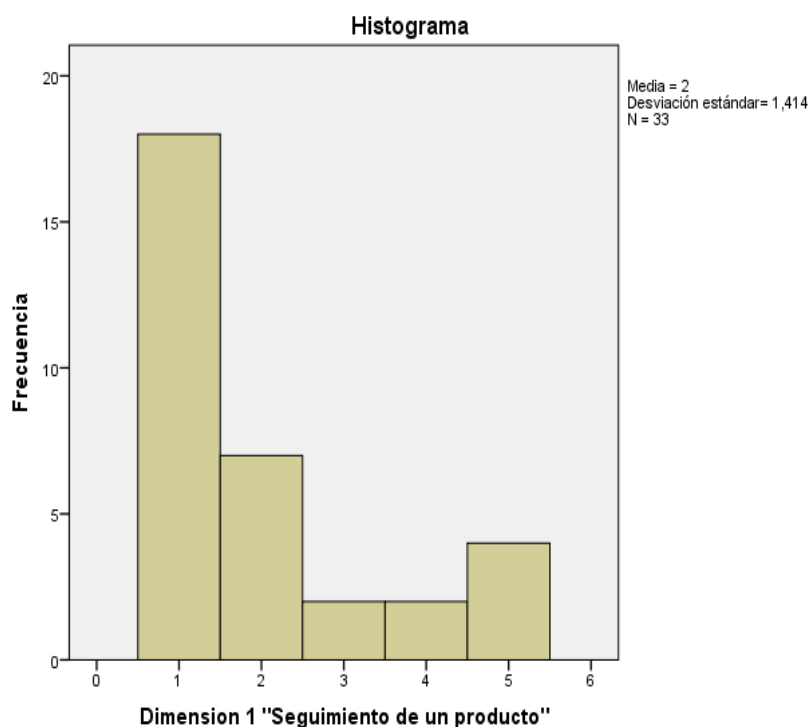
3.1. Análisis descriptivo

3.1.1. Resultados de dimensiones

Variable Independiente “Proceso logístico”

TABLA N° 4: Dimensión 1 (Agrupada) “Seguimiento de un producto”

Dimensión 1 "Seguimiento de un producto"		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	18	54,5	54,5	54,5
	De acuerdo	7	21,2	21,2	75,8
	Indeciso	2	6,1	6,1	81,8
	En desacuerdo	2	6,1	6,1	87,9
	Totalmente en desacuerdo	4	12,1	12,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	



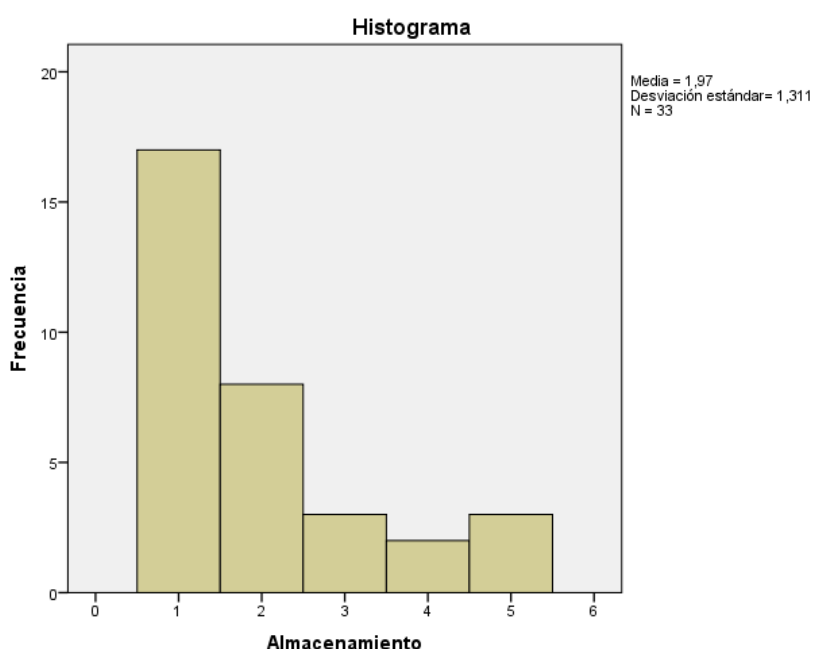
Interpretación:

Conforme a los porcentajes alcanzados en el cuadro N° 4, se visualiza que un 54.5% de los encuestados, manifestaron que están totalmente de acuerdo en realizar un seguimiento al producto. Por otro lado, se observa que un 21.2% de los encuestados están de acuerdo en realizar un seguimiento al producto, mientras que un 6.1% están indeciso en realizar un

seguimiento al producto, un 6.1% están en desacuerdo de realizar un seguimiento al producto y un 12.1% están totalmente en desacuerdo en realizar un seguimiento al producto.

TABLA N° 5: Dimensión 2 (Agrupada) “Almacenamiento”

Dimensión 2 "Almacenamiento"					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	17	51,5	51,5	51,5
	De acuerdo	8	24,2	24,2	75,8
	Indeciso	3	9,1	9,1	84,8
	En desacuerdo	2	6,1	6,1	90,9
	Totalmente en desacuerdo	3	9,1	9,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	



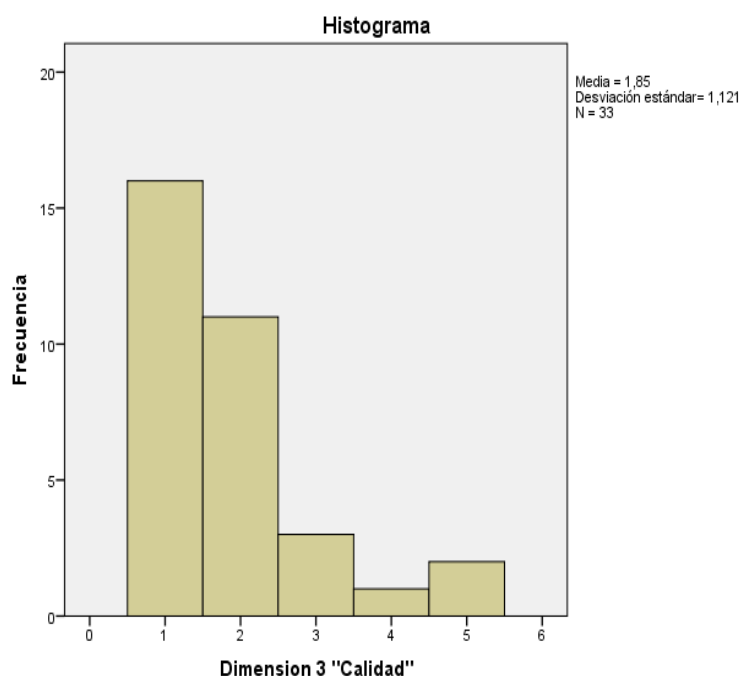
Interpretación

Conforme a los porcentajes alcanzados en el cuadro N° 5, se visualiza que un 51.5% de los encuestados, manifestaron que están totalmente de acuerdo en realizar un adecuado almacenamiento de las mercancías. Por otro lado, se observa que un 24.2% de los encuestados están de acuerdo en realizar un adecuado almacenamiento de las mercancías, mientras que un 9.1% están indeciso en realizar un adecuado almacenamiento de las mercancías, un 6.1% están en desacuerdo de realizar un almacenamiento adecuado de las

mercancías y un 9.1% están totalmente en desacuerdo de realizar un almacenamiento adecuado de las mercancías.

TABLA N° 6: Dimensión 3 (Agrupada) “Calidad”

		Dimensión 3 "Calidad"			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	16	48,5	48,5	48,5
	De acuerdo	11	33,3	33,3	81,8
	Indeciso	3	9,1	9,1	90,9
	En desacuerdo	1	3,0	3,0	93,9
	Totalmente en desacuerdo	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	



Interpretación:

Conforme a los porcentajes alcanzados en el cuadro N° 6, se visualiza que el 48.5% de los encuestados, manifestaron que están totalmente de acuerdo en brindar productos de calidad. Por otro lado, se observa que un 33.3% de los encuetados están de acuerdo en brindar productos de calidad, mientras que un 9.1% están indeciso en brindar productos de calidad, un 3.0% están en desacuerdo de brindar productos de calidad y un 6.1% están totalmente en desacuerdo de brindar productos de calidad.

VARIABLE DEPENDIENTE “COMPETITIVIDAD”

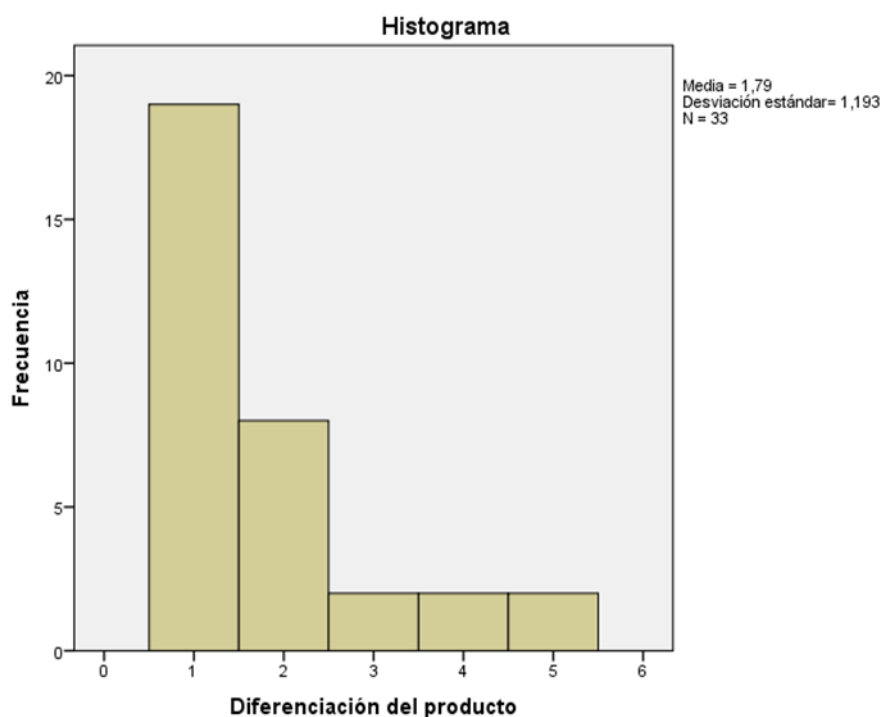
TABLA

N° 7:

Dimensión 4 "Diferenciación del producto"

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	19	57,6	57,6	57,6
	De acuerdo	8	24,2	24,2	81,8
	Indeciso	2	6,1	6,1	87,9
	En desacuerdo	2	6,1	6,1	93,9
	Totalmente en desacuerdo	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Dimensión 4 (Agrupada) “Diferenciación del producto”



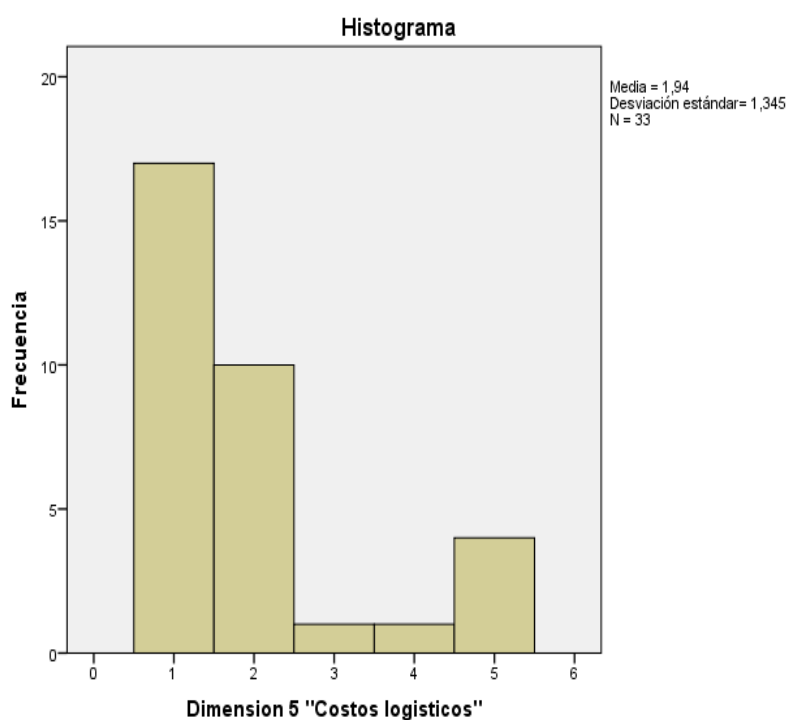
Interpretación:

Conforme a los porcentajes alcanzados en la tabla N° 7, se visualiza que un 57.6% de los encuestados, manifestaron que están totalmente de acuerdo en tener una diferenciación del producto. Por otro lado, se observa que un 24.2% de los encuestados están de acuerdo en tener una diferenciación del producto, mientras que un 6.1% están indeciso en tener una

diferenciación del producto, un 6.1% están en desacuerdo en tener una diferenciación del producto, un 6.1% están totalmente en desacuerdo en tener una diferenciación del producto.

TABLA N° 8: Dimensión 5 (Agrupada) "Costos Logísticos"

		Dimensión 5 "Costos logísticos"			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	17	51,5	51,5	51,5
	De acuerdo	10	30,3	30,3	81,8
	Indeciso	1	3,0	3,0	84,8
	En desacuerdo	1	3,0	3,0	87,9
	Totalmente en desacuerdo	4	12,1	12,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

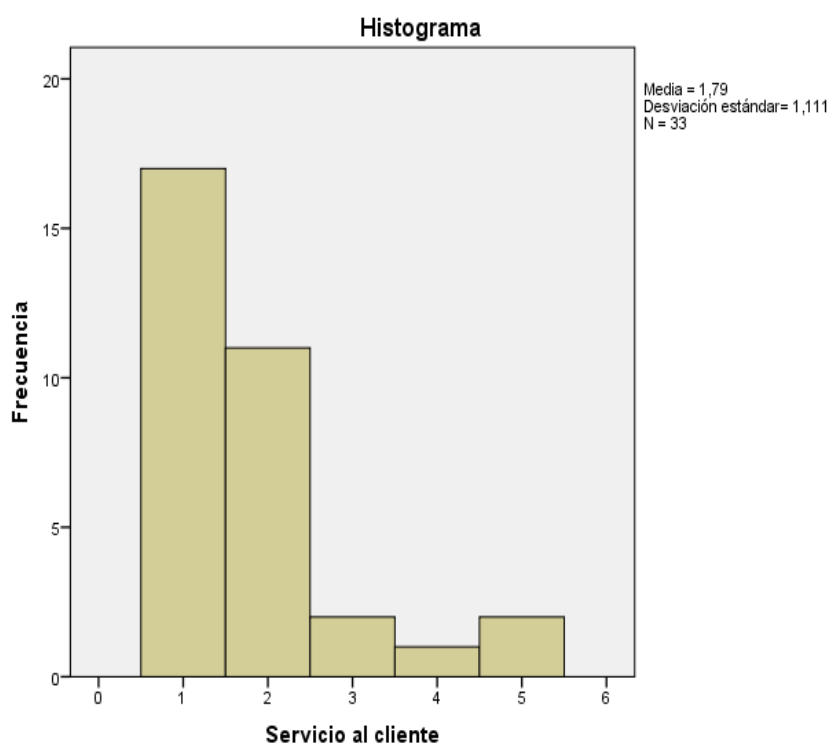


Interpretación:

Conforme a los porcentajes alcanzados en la tabla N° 8, se visualiza que un 51.5% de los encuestados, manifestaron que están totalmente de acuerdo en brindar buenos costos logísticos. Por otro lado, se observa que un 30.3% de los encuestados están de acuerdo en brindar buenos costos logísticos, mientras que un 3.0% están indeciso en brindar buenos costos logísticos, un 3.0% están en desacuerdo en brindar buenos costos logísticos y un 12.1% están totalmente en desacuerdo en brindar buenos costos logísticos.

TABLA N° 9: Dimensión 6 (Agrupada) "Servicio al cliente"

		Dimensión 6 "Servicio al cliente"			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	17	51,5	51,5	51,5
	De acuerdo	11	33,3	33,3	84,8
	Indeciso	2	6,1	6,1	90,9
	En desacuerdo	1	3,0	3,0	93,9
	Totalmente en desacuerdo	2	6,1	6,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	



Interpretación:

Conforme a los porcentajes alcanzados en la tabla N° 9, se visualiza que un 51.5% de los encuestados, manifestaron que están totalmente de acuerdo en brindar un buen servicio al cliente. Por otro lado, se observa que un 33.3% de los encuestados están de acuerdo, en brindar un buen servicio al cliente mientras que un 6.1% están indeciso en brindar un buen servicio al cliente, un 3.0% están en desacuerdo en brindar un buen servicio al cliente y un 6.1% están totalmente en desacuerdo en brindar un buen servicio al cliente.

3.2. Contrastación de hipótesis

De acuerdo con la investigación y el análisis del objetivo en esta investigación, para contrastación de las hipótesis se determinó mediante la regresión lineal, por medio de la prueba estadística de Pearson.

Para el coeficiente de la prueba de correlación de Pearson, es una herramienta que te permite medir cual es el grado de relación entre variables, “el coeficiente de correlación de Pearson es la que te ayuda a encontrar las relaciones o vinculaciones que se pueda encontrar entre dos o más variables, y el símbolo conocido es como (r^2), y está delimitada entre los resultados de una variable y la otra” (Hernández, Fernández y Baptista. 2014, p. 304).

El coeficiente de Pearson y su correlación es una serie muy simple de determinación y te permite encontrar la interpretación sin complicaciones, “la regresión lineal es una herramienta que te permite obtener los resultados de las variables y a su vez puedas encontrar las relaciones o diferencias entre ellas y esta guarda relación con el coeficiente de Pearson (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 314).

El coeficiente de determinación es el cuadrado del coeficiente de correlación, en donde se puede hallar el índice de diferencias entre las variables estudiadas (Bernal, 2006. p. 219).

Por otro lado, para el coeficiente para los resultados de la prueba de Anova, “el estadístico correspondiente para analizar las agrupaciones que puedan distinguirse entre sí con respecto a sus medidas y varianzas, por lo que se debe aplicar “t” para su correspondiente estudio” (Hernández, Fernández y Baptista, 2010, p. 314).

TABLA N° 10. Coeficiente de correlación de variables de Pearson

Coeficiente	Tipo de correlación
-1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre variables.
+0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	Correlación positiva perfecta.

Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 305).

3.3. Prueba de influencia

3.3.1. Hipótesis general

Para la realización de correlación de variables de estudio, se plantearon las siguientes hipótesis:

Hi: El proceso logístico influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. – Callao, 2018.

H0: El proceso logístico no influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. – Callao, 2018

Considerando:

$\text{Sig} < 0.05$, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

$\text{Sig} > 0.05$, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación.

TABLA N° 11. Correlación de Pearson de la hipótesis general

		Correlaciones	
		Proceso logístico	Competitividad
Proceso logístico	Correlación de Pearson	1	,928**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	33	33
Competitividad	Correlación de Pearson	,928**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	33	33

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

Interpretación:

Si observamos los resultados arrojados en el cuadro N° 11, podemos ver la correlación que hay entre la variable independiente “Proceso logístico” y la variable dependiente “Competitividad” donde se evidencia una correlación positiva muy fuerte de 0,928 según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 305).

TABLA N°12. Resumen de modelo según la variable independiente “Proceso logístico” y la variable dependiente “Competitividad”

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,928 ^a	,862	,857	,423

a. Predictores: (Constante), Proceso logístico

Interpretación:

En el cuadro N° 12 podemos ver el extracto citado por Bernal (2016, p. 219), determinando que el valor de R es de 0.928, equivalente a 92.8% el proceso logístico incrementa la competitividad. Por otro lado, en el caso de coeficiente de determinación R^2 ajustado es de 0.857, equivalente a 85.7% de la competitividad en la empresa Ag Logistic Group se explica por cambios en el proceso logístico.

TABLA N° 13. Prueba de ANOVA según la variable independiente “Proceso logístico” y la variable dependiente “Competitividad”

		ANOVA ^a				
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	34,516	1	34,516	192,964	,000 ^b
	Residuo	5,545	31	,179		
	Total	40,061	32			

a. Variable dependiente: Competitividad

b. Predictores: (Constante), Proceso logístico

Interpretación:

En el cuadro N° 13 se observa que el ANOVA citado por Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 314), arrojando un nivel de significancia de 0.000, inferior a lo establecido de 0.05, de tal manera que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación, arrojando que si hay relación lineal el Proceso logístico y la Competitividad en la empresa Ag Logistic Group, 2018.

TABLA N° 14. Tabla de coeficientes según la variable independiente “Proceso logístico” y la variable dependiente “Competitividad”

		Coeficientes				
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	,289	,129		2,242	,032
	Proceso logístico	,891	,053	,928	13,891	,000

a. Variable dependiente: Competitividad

Interpretación:

En el cuadro N° 14 se observa que el coeficiente citado por Moreno (2008, p. 179), arrojando un nivel crítico (sig.) del estadístico t del coeficiente de regresión (T= 13,891: 0.000 < 0.05), determinando que se afirma la hipótesis de investigación y el 89.1% es el margen de influencia del Proceso logístico en la Competitividad de la empresa Ag Logistic Group, 2018.

3.3.2. Hipótesis específica 1

Hi: El seguimiento de un producto influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.

H0: El seguimiento de un producto no influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.

Considerando:

Sig < 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Sig > 0.05, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación.

TABLA N° 15. Correlación de Pearson de la hipótesis específica 1.

		Correlaciones	
		Seguimiento de un producto	Competitividad
Seguimiento de un producto	Correlación de Pearson	1	,928**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	33	33
Competitividad	Correlación de Pearson	,928**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	33	33

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

Interpretación:

Si observamos los resultados arrojados en el cuadro N° 15, podemos ver la correlación que hay entre el seguimiento de un producto y la competitividad donde se evidencia una correlación positiva muy fuerte ya que tiene un resultado de 0,928 según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 305).

TABLA N° 16. Resumen de modelo según la dimensión “Seguimiento de un producto” y la variable dependiente “Competitividad”

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,928 ^a	,862	,857	,423

a. Predictores: (Constante), Seguimiento de un producto

Interpretación:

En el cuadro N° 16 podemos ver el extracto citado por Bernal (2016, p. 219), determinando que el valor de R es de 0.928, equivalente a 92.8% el seguimiento de un producto influye en la competitividad. Por otro lado, en el caso de coeficiente de determinación R^2 ajustado es de 0.857, equivalente a 85.7% de la competitividad en la empresa Ag Logistic Group se explica por cambios en el seguimiento de un producto.

TABLA N° 17. Prueba de ANOVA según la dimensión “Seguimiento de un producto” y la variable dependiente “Competitividad”

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	34,516	1	34,516	192,964	,000 ^b
	Residuo	5,545	31	,179		
	Total	40,061	32			

a. Variable dependiente: Competitividad

b. Predictores: (Constante), Seguimiento de un producto

Interpretación

En el cuadro N° 17 se observa que el ANOVA citado por Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 314), arrojando un nivel de significancia de 0.000, inferior a lo establecido de 0.05, de tal manera que se debe rechazar la hipótesis nula y se debe aceptar la hipótesis de investigación, arrojando que si hay relación lineal entre el seguimiento de un producto y la competitividad en la empresa Ag Logistic Group, 2018.

TABLA N° 18. Tabla de coeficientes según la dimensión “Seguimiento de un producto” y la variable dependiente “Competitividad”

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	,289	,129		2,242	,032
	Seguimiento de un producto	,888	,053	,928	13,891	,000

a. Variable dependiente: Competitividad

Interpretación

En el cuadro N° 18 se observa que el coeficiente citado por Moreno (2008, p. 179), arrojando un nivel crítico (sig.) del estadístico t del coeficiente de regresión ($T= 13,891$: $0.000 < 0.05$), determinado que se afirma la hipótesis de investigación y el 88.8% es el margen de influencia del seguimiento de un producto en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group, 2018.

3.3.3. Hipótesis específica 2

Hi: El almacenamiento influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.

H0: El almacenamiento no influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.

Considerando:

Sig < 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Sig > 0.05, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación.

TABLA N° 19. Correlación de Pearson de la hipótesis específica 2.

		Almacenamiento	Competitividad
Almacenamiento	Correlación de Pearson	1	,954**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	33	33
Competitividad	Correlación de Pearson	,954**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	33	33

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

Interpretación:

Si observamos los resultados en el cuadro N° 19, podemos ver la correlación que hay entre el almacenamiento y la competitividad donde se evidencia una correlación positiva muy fuerte ya que tiene un resultado de 0,954, según Hernández, Hernández y Baptista (2014, p. 305).

TABLA N° 20. Resumen de modelo según la dimensión “Almacenamiento” y la variable dependiente “Competitividad”

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,954 ^a	,910	,907	,342

a. Predictores: (Constante), Almacenamiento

Interpretación:

En el cuadro N° 20 podemos ver el extracto citado por Bernal (2016, p. 219), determinado que el valor de R es de 0.954, equivalente a 95.4% el almacenamiento incrementa la competitividad. Por otro lado, en el caso de coeficiente de determinación R^2 ajustado es de 0.907, equivalente a un 90.7% de la competitividad de la empresa Ag Logistic Group se explica por cambios en el almacenamiento.

TABLA N° 21. Prueba de ANOVA según la dimensión “Almacenamiento” y la variable dependiente “Competitividad”

		ANOVA ^a				
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	36,443	1	36,443	312,253	,000 ^b
	Residuo	3,618	31	,117		
	Total	40,061	32			

a. Variable dependiente: Competitividad

a. Predictores: (Constante), Almacenamiento

Interpretación:

En el cuadro N° 21 se observa que el ANOVA citado por Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 314), arrojando un nivel de significancia de 0.000, inferior a lo establecido de 0.05, de tal manera se rechaza la hipótesis nula y se debe aceptar la hipótesis de investigación, arrojando que si hay relación lineal entre el almacenamiento y la competitividad en la empresa Ag Logistic Group, 2018.

TABLA N° 22. Tabla de coeficientes según la dimensión “Almacenamiento” y la variable dependiente “Competitividad”

		Coeficientes				
Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	,154	,109		1,417	,166
	Almacenamiento	,895	,046	,954	17,671	,000

a. Variable dependiente: Competitividad

Interpretación:

En el cuadro N° 22 se observa que el coeficiente citado por Moreno (2008, p. 179), arrojando un nivel crítico (sig.) del estadístico t del coeficiente de regresión (T= 17,671: 0.000 < 0.05), determinado que se afirma la hipótesis de investigación y el 89.5% es el margen de influencia del almacenamiento en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group, 2018.

3.3.4. Hipótesis específica 3

Hi: La calidad influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.

H0: La calidad no influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.

Considerando:

Sig < 0.05, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación.

Sig > 0.05, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis de investigación.

**TABLA
de Pearson
específica**

		Calidad	Competitividad
Calidad	Correlación de Pearson	1	,946**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	33	33
Competitividad	Correlación de Pearson	,946**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	33	33

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

**N° 23. Correlación
de la hipótesis
3.**

Interpretación:

Si observamos los resultados arrojados en el cuadro N° 23, podemos ver la correlación entre la calidad y la competitividad donde se evidencia una correlación muy fuerte ya que tiene un resultado de 0,946, según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 305).

TABLA N° 24. Resumen de modelo según la dimensión “Calidad” y la variable dependiente “Competitividad”

Resumen del modelo				
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación
1	,946 ^a	,895	,892	,368

a. Predictores: (Constante), Calidad

Interpretación:

En el cuadro N° 24 podemos ver el extracto citado por Bernal (2016, p. 219), determinado que el valor de R es de 0.946, equivalente a 94.6% la calidad incrementa la competitividad. Por otro lado de coeficiente de determinación R^2 ajustado es de 0.892, equivalente a 89.2% de la competitividad en la empresa Ag Logistic Group se explica por cambios en la calidad.

TABLA N° 25. Prueba de ANOVA según la dimensión “Calidad” y la variable dependiente “Competitividad”

ANOVA ^a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	35,852	1	35,852	264,070	,000 ^b
	Residuo	4,209	31	,136		
	Total	40,061	32			

a. Variable dependiente: Competitividad

b. Predictores: (Constante), Calidad

Interpretación:

En el cuadro N° 25 se observa que el ANOVA citado por Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 314), arrojando un nivel de significancia de 0.000, inferior a lo establecido de 0.05, de tal manera se debe aceptar la hipótesis nula y se debe aceptar la hipótesis de investigación, arrojando que si hay relación lineal entre la calidad y la competitividad en la empresa Ag Logistic Group, 2018.

TABLA N° 26. Tabla de coeficientes según la dimensión “Calidad” y la variable dependiente “Competitividad”

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Error estándar	Beta		
1	(Constante)	,128	,119		1,075	,291
	Calidad	,885	,050	,946	16,250	,000

a. Variable dependiente: Competitividad

Interpretación:

En el cuadro N° 26 se observa que el coeficiente citado por Moreno (2008, p. 179), arrojando un nivel crítico (sig.) del estadístico t del coeficiente de regresión ($T= 16,250$: $0.000 < 0.05$), determinando que se afirma la hipótesis de investigación y el 88.5% es el margen de influencia de la calidad en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group, 2018.

IV. Discusión

Según los resultados arrojados en este estudio por medio de los estadísticos, se encontró la información que se presentara a continuación:

4.1. Discusión – hipótesis general

En la presente investigación se tuvo como objetivo “Determinar la influencia del proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. – Callao, 2018”. Para poder sacar los resultados fue necesario utilizar la estadística inferencial de Pearson, la cual nos arrojó como resultado que si existe una correlación positiva muy fuerte y es de 92.8% con respecto a las dos variables de investigación y como significancia de 0.000, por lo tanto podemos afirmar que es inferior al dato establecido como barrera de 0.05, citado por Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 302). Por ende, es rechazada la hipótesis nula y aceptada la hipótesis de investigación, por otro lado, en el gráfico de coeficientes se obtuvo que el proceso logístico influye en un 89.1% en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group, 2018.

Según Inca (2018), en su investigación titulada “El proceso logístico en la importación en la agencia de carga Rush Transport del Perú S.A.C. – San Isidro, 2018”, donde utilizo la metodología de Pearson que dio un resultado de 0,996 y un nivel de significación de 0,000. Por otro lado los resultados encontrados en esta investigación de 0.928 y un nivel de significancia de 0.000. Dado que, si analizamos ambas tesis podemos afirmar que existe mucha similitud entre ambas. El autor concluye de que se llegó a demostrar que el **Proceso Logístico** influye en la importación de mercancías en el Perú, dado los resultados obtenidos en el estudio de un 99,8%, según la tabla de coeficientes, obteniendo un resultado muy óptimo para nuestra investigación y afirmando que el proceso logístico es de mucha importancia para la importación de una mercancía, ya que conlleva una serie de pasos (documentación, mercancía, entre otros) y tiene que ser monitoreados de una forma correcta, por lo tanto, este proceso se encarga de un correcto control de los servicios y bienes materiales desde su adquisición en su punto de origen hasta ser importada y distribuida de una manera exitosa. De esta manera el proceso logístico, es un factor muy importante para ser más competitivos.

Asimismo, Pierre (2015) define como el proceso en el cual se planifica, se establece y controla eficientemente el flujo y el lugar donde se almacenan los bienes, servicios y la información con el objetivo de cumplir los requerimientos del cliente (p.42).

De acuerdo con los aportes obtenidos de Pierre, mencionado en el párrafo anterior, han servido como base y soporte para la investigación para demostrar que el proceso logístico es sumamente importante para crecer competitivamente.

4.2 Discusión Hipótesis Especifica 1

En la presente investigación se tuvo como objetivo específico 1 “Determinar la influencia del seguimiento de un producto en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018. Para poder sacar los resultados fue necesario utilizar la estadística inferencial de Pearson, la cual nos arrojó como resultado que si existe una correlación positiva muy fuerte y es de 0.928 con respecto a las dos variables de investigación y como significancia de 0.000, por lo tanto, podemos afirmar que es inferior al dato establecido como barrera de 0.05 citado por Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 302). Por ende es rechazada la hipótesis nula y aceptada la hipótesis de investigación, por otro lado, en el gráfico de coeficientes se obtuvo que el seguimiento de un producto influye en un 73.4% en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group, 2018.

Según Urday y Cebberos (2017), en su investigación titulada “*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*”, donde utilizó la metodología de Pearson que dio como resultado de 0.956 y un nivel de significación de 0.000. Por otro lado, los resultados encontrados en esta de investigación de 0.928 y un nivel de significancia de 0.000. Dado que, si analizamos ambas tesis podemos afirmar que existe mucha similitud entre ambas. Los autores concluyen que consideran favorable monitorear el proceso desde su compra hasta ser recibida al almacén y está de acuerdo con el **seguimiento del producto** desde su salida hasta que esta sea recibida. De esta manera es un factor muy importante puesto que el seguimiento de un producto en calidad y eficacia nos lleva a una buena entrega

de la mercancía hacia el cliente logrando una fidelidad con ellos gracias al servicio prestado por parte de la empresa.

Asimismo, Martínez (2015), señala que es un conjunto de procedimientos que permiten identificar y registrar cada producto, desde su salida hasta su llegada al cliente, permitiendo comercializarlo y monitorear los productos para posicionarlos en mercados específicos (p. 78).

De acuerdo con los aportes obtenidos de Martínez mencionado en el párrafo anterior, han servido como base y soporte a mi investigación para poder demostrar que realizando seguimiento de las mercancías influye de manera significativa en la competitividad.

Discusión hipótesis específica 2

En la presente investigación se tuvo como objetivo específico 2 “Determinar la influencia del almacenamiento en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018. Para poder sacar los resultados fue necesario utilizar la estadística inferencial de Pearson, la cual nos arrojó como resultado que si existe una correlación positiva muy fuerte y es de 0.954 con respecto a las dos variables de investigación y como significancia es de 0.000, por lo tanto podemos afirmar que es inferior al dato establecido como barrera de 0.05 citado por Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 302). Por ende, se ha rechazada la hipótesis nula y aceptada la hipótesis de investigación. Por otro lado, en el gráfico de coeficientes se obtuvo un adecuado almacenamiento de las mercancías influye en un 81.4% en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group, 2018.

Según Mello (2009), en su investigación titulada “Fatores de decisão de terceirização logística: análise baseada na percepção dos executivos”. El autor utilizó la estadística inferencial de Pearson, otorgando como resultado una correlación de 0.800 y un nivel de significancia de 0.000. Mientras, que en el trabajo de investigación se consiguió un resultado muy similar de 0.954 y un nivel de significancia de 0.000. Observándose, que existe una gran concordancia entre ambas investigaciones dados los resultados estadísticos mencionados. Asimismo, a investigação conclui dizendo que a boa localização da mercadoria em seu **armazenamento** para que ela possa ser distribuída de maneira correta e eficiente.

Asimismo, Escudero (2014) señala que el almacenamiento consiste en establecer el lugar del almacén y de los medios de transporte, así como las actividades logísticas en relación con el almacenaje por lo que se centran en establecer la ubicación exacta del almacén, para así distribuir los espacios, permitiendo colocar los productos en el lugar apropiado y tener un control de stocks (p. 4).

De acuerdo con los aportes obtenidos de Escudero mencionado en el párrafo anterior han servido como base y soporte a mi investigación para poder demostrar que un adecuado almacenamiento de las mercancías influye de manera significativa en la competitividad.

Discusión hipótesis específica 3

En la presente investigación se tuvo como objetivo específico 3 “Determinar la influencia de la calidad en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018”. Para poder sacar los resultados fue necesario utilizar la estadística inferencial de Pearson, la cual nos arrojó como resultado que existe una correlación positiva muy fuerte y es de 0.946 con respecto a las dos variables de investigación y como significancia es de 0.000, por lo tanto. Podemos afirmar que es inferior al dato establecido como barrera de 0.05 citado por Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 302). Por ende, es rechazada la hipótesis nula y aceptada la hipótesis de investigación, por otro lado, en el gráfico de coeficientes se obtuvo que brindando productos de calidad influye en un 81.5% en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group, 2018.

Según Pino (2008), en su investigación titulada “La relación entre el sector industrial y el tamaño de empresa con las prácticas de la calidad total y el desempeño organizacional”. El autor aplicó la técnica de estadística inferencial de Pearson, a través de la regresión lineal, otorgando como resultado un 0.948 y un nivel de significancia de 0.01, mientras que en este trabajo de investigación se consiguió un resultado muy similar de 0.946 y un nivel de significancia de 0.000, llegando a la similitud con los resultados estadísticos en el trabajo de Pino, asimismo el investigador concluye en su tesis la gestión de calidad total es a través de sus prácticas ya que las prácticas son la parte visible de este concepto, lo que corrobora la influencia de las entre las prácticas de la **calidad** total y el desempeño de las organizaciones. En mi opinión, son un factor muy importante para la empresa puesto

que, la buena calidad y eficacia nos lleva a una buena entrega de la mercancía hacia el cliente logrando una fidelidad con ellos gracias al servicio prestado por parte de la empresa.

Asimismo, Zeithaml y Bitner (2002) define calidad como una evaluación que los clientes realizan sobre el servicio que se les brinda, para las empresas ofrecer servicios de calidad dejó de ser una alternativa, mediante la competencia y la innovación tecnológica de las empresas ha evidenciado que las estrategias que utilizan no solo se basan por la calidad del producto que brindan, sino también en cómo estás brindando el servicio (p.93).

De acuerdo con los aportes obtenidos de Zeithaml y Bitner mencionado en el párrafo anterior han servido como base y soporte a mi investigación para poder demostrar que brindando productos de calidad influye de manera significativa en la competitividad.

4.5. Aporte personal

El proceso logístico es un aspecto importante en las actividades de comercio como la importación y exportación, por lo cual se realizan diversos procedimientos para distribuir las mercancías pero ello no se lograría sino cuentas con tu propia área logística en la cual puedan realizar este proceso de manera correcta aplicando estrategias que brinden un mejor resultado para la empresa y posteriormente brindar un servicio de calidad hacia los clientes para crecer competitivamente.

Esta investigación es fundamental mencionar que actualmente tenemos acceso a innumerables páginas virtuales para informarnos sobre empresas que ofrezcan los servicios logísticos brindándonos un asesoramiento para realizar la importación y exportación de mercancías de manera exitosa, utilizando su proceso logístico; obteniendo mejores resultados y brindar un mejor servicio.

V. Conclusiones

Para desarrollar la presente investigación fue necesario plantear algunas hipótesis, que fueron analizadas y agrupadas por medio de herramientas estadísticas y se llegó a las siguientes conclusiones:

Primera: Se llegó a demostrar que el Proceso Logístico influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group y como consecuencia de los resultados arrojados en esta investigación de un 89,1%, según la tabla de coeficientes, obteniendo un resultado óptimo para nuestra investigación y afirmando que el proceso logístico es de mucha importancia para ser competitivos, ya que conlleva una serie de procedimientos y tiene que ser monitoreados desde la salida de la empresa hasta que sea entregado al cliente de manera exitosa.

Segunda: Se demostró que el seguimiento de un producto desde su punto de origen hasta su llegada al cliente influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group y como consecuencia de los resultados arrojados en esta investigación de un 88,8%, según la tabla de coeficientes afirmando que el seguimiento de un producto es un factor muy importante a tener en cuenta para lograr un control y monitoreo de la mercancía y así lograr un servicio eficaz.

Tercera: Se demostró que un adecuado almacenamiento de la mercancía influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group, y como consecuencia de los resultados arrojados en esta investigación de un 89,5%, según la tabla de coeficientes aceptando que tener un adecuado almacenamiento de las mercancías, es un factor importante a considerar para la óptima distribución de las mercancías.

Cuarta: Se demostró que brindando productos de calidad influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group y como consecuencia de los resultados arrojados en esta investigación de un 88,5%, según la tabla de coeficiente afirmando que brindando productos de calidad, es un factor importante para que los clientes no realicen ninguna queja sobre el servicio brindando.

VI. Recomendaciones

Luego de las variables analizadas y resultados arrojados en la presente investigación, es fundamental dar recomendaciones para la empresa Ag Logistic Group S.A.C – Callao, 2018.

Primera: Es recomendable que la empresa Ag Logistic Group S.A.C. analice e implemente mejoras en su proceso logístico actual, para que así obtenga mejores resultados permitiendo que la empresa minimice costos, recursos y tiempo, para brindar un servicio de calidad a sus clientes, lo cual sería muy favorable para la empresa ya que obtendría una mayor rentabilidad y fidelización de los cliente realizando así un proceso logístico eficiente y obteniendo un mejor posicionamiento competitivo en el mercado.

Segunda: Es recomendable que la empresa Ag Logistic Group S.A.C. realice un seguimiento constante de las mercancías desde su salida hasta su entrega al cliente, para ofrecer un servicio que cuente con mucha calidad al público ya que es un factor que se debe tener en consideración. Asimismo, se debe tener la base actualizada de los tipos de mercancía para su seguimiento y la documentación en regla para evitar demoras por todos los procedimientos que conlleva este proceso.

Tercera: Es recomendable que la empresa Ag Logistic Group S.A.C. realice un adecuado almacenamiento de las mercancías y la ubicación de ellas para ser almacenadas de una forma correcta, llevar un control mediante el inventario de una forma adecuada y evitar la mala gestión de stock, así como realizar deficientes inventarios.

Cuarta: Es recomendable que la empresa Ag Logistic Group S.A.C. realice encuestas para analizar la satisfacción de los clientes, ofrecerles diferentes promociones, para fidelizarlos y poder mejorar el servicio y ofrecerles un servicio de calidad para que se lleven la mejor imagen de la empresa.

VII. Referencias Bibliográficas

- Ballou, R. (2004). *Logística: administración de la cadena de suministro*. México: Pearson educación.
- Behar, D. (2008). *Metodología de la investigación*. Argentina: Shalom.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. (4ta ed.). Colombia: Pearson educación.
- Carreño, A. (2011). *Logística de la A a la Z*. Perú: Editorial Pontifica Universidad del Perú.
- Carriel, J. & Delgado, M. (2017). *La competitividad de los operadores logísticos y su incidencia en la productividad del comercio exterior ecuatoriano. Caso: Torres & Torres*. (Título de ingeniero en comercio exterior). Universidad de Guayaquil, Ecuador.
- Castro, M. (2012). *Análisis y mejoramiento del proceso logístico de distribución de Ponqué Ramo de Antioquia S.A.* (Título de ingeniero industrial). Universidad Industrial de Santander, Colombia.
- Coyle, J., Langley, J., Novack, R., & Gibson, B. (2012). *Administración de la cadena de suministro: una perspectiva logística*. (9na ed.). México: Cengage Learning.
- Dámazo, J. (2017). *La internacionalización y su relación con la competitividad de las agencias de carga internacional*. (Título profesional de licenciada en international business). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.
- Escudero, J. (2014). *Logística de almacenamiento*. España: Paraninfo.
- Galindo, J. (2007). *Claves para gestionar precio, producto y marca: cómo afrontar una guerra de precios*. España: Especial Directivos.
- Gellibert, G. (2015). *Propuesta de mejora en procesos logísticos de la Empresa Hidrosa S.A. para maximizar la satisfacción del cliente*. (Título de grado académico de magister en administración de empresas). Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.
- Gil, M. & de la Fuente, F. (2010). *Como crear y hacer funcionar una empresa*. (8va ed.). Madrid: ESIC.
- Gómez, F. (2001). *Estrategias de producción y mercado para los servicios de salud*. Bogotá: Ceja.
- Gordillo, R., Mayo, N., Lara, G. & Gigante, S. (2010). *Metodología de la investigación educativa: Investigación ex post facto*. Recuperado de https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/EX-POST-FACTO_Trabajo.pdf

- Gosso, F. (2010). *Hiper satisfacción del cliente*. México: Panorama editorial.
- Guevara, S. (2017). *Calidad de servicio y su relación con la competitividad del Banco de Crédito del Perú, Cercado de Lima – 2017*. (Título de Licenciado en Administración). Universidad Cesar Vallejo, Lima-Perú.
- Hernández, E. (2010). *La competitividad industrial en México*. México: Plaza y Valdés.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6ta ed.). México: Mc Graw-Hill.
- Inca, E. (2017). *El proceso logístico en la importación en la agencia de carga Rush Transport del Perú S.A.C. – San Isidro, 2018*. (Título profesional de Negocios Internacionales). Universidad César Vallejo, Lima-Perú.
- Iglesias, A. (2016). *Distribución y logística*. España: ESIC.
- Kotler, P. & Keller, K. (2009). *Dirección de marketing*. México: Pearson Education.
- Kriesberg, M & Steele, K. (2008). *Mejoramiento de los sistemas de comercialización en los países en desarrollo*. Costa rica: IICA.
- Lombana, C., Rozas, S., Corredor, C., Harold, G., & Castellanos, A. (2013). *Negocios internacionales*. (2da ed.). Colombia: Universidad del Norte.
- Marrero, R. (2010). *Estudio de factibilidad para la implementación de un proceso logístico integral en un negocio de alimentos refrigerados en el área de Guatire*. (Título de Especialista en planificación, desarrollo y gestión de proyectos). Universidad Monteávila, Venezuela.
- Martínez, B. (2015). *Preparación de pedidos y venta de productos*. España: Paraninfo.
- Montoya, S. (2018). *Evaluación para la optimización de los procesos logísticos de entrada mediante la herramienta supply chain management en la empresa Oil compañía industrial del Perú S.A.C., Lima – 2016*. (Título de contador público) Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo, Perú.
- Mora, L. & Muñoz, R. (2009). *Dictionary of logistics and international business*. Colombia: ECOE EDICIONES.
- Moreno, E. (2008). *Manual de uso spss*. España: IUED.
- Navascués, R y Cos, J. (1998). *Manual de logística Integral*. España: Díaz de santos.
- Padilla (2006). Instrumento de medición de la Competitividad.
- Pierre, A. (2015). *Logística internacional: la administración de las operaciones de comercio internacional*. México: Cengage Learning.
- Pino, R. (2008). *La relación entre el sector industrial y el tamaño de empresa con las prácticas de la calidad total y el desempeño organizacional*. (Tesis para obtener el

- grado de doctor en administración estratégica de empresas). Universidad Pontificia Católica del Perú.
- Pinto, S. (2016). *Cómo preparar ofertas comerciales con profesionalidad, impacto y eficacia*. España: Fundación Confemetal.
- Poma, F. (2010). *Gestión de Logística y su incidencia en las ventas de la empresa "Megaprofer S. A."* (Título profesional de Marketing y gestión de negocios). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.
- Porter, M. (2015). *Estrategia Competitiva: Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo Editorial Patria.
- Porter, M. (2001). *Ventaja Competitiva de las Naciones*. Argentina: Ediciones Vergara.
- Ramírez (2016) La competitividad Empresarial: un marco conceptual para su estudio.
- Reig, E. (2007). *Competitividad, crecimiento y capitalización de las regiones españolas*. España: Fundación BBVA.
- Reyes, A. (2002). *Administración de empresas 2: Teoría y práctica*. México: Limusa.
- Rojas, M., Guisao, E. & Cano, J. (2011). *Logística integral*. Colombia: Ediciones de la U.
- Teran, D. (2018). *Análisis del proceso y su incidencia en la exportación de banano de la compañía Jorcorp S.A.* (Título de ingeniero en comercio exterior). Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, Ecuador.
- Urday, C. & Cebreros, P. (2017). *La gestión logística y su influencia en la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de puente piedra*. (Título profesional de licenciado en international business. Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.
- Zeithaml, V. & Bitner, M. (2002). *Marketing de Servicios: un enfoque de integración del cliente a la empresa*. (2da ed.). México: Mc Graw-Hill.

VIII. Anexos

Matriz De Consistencia

<u>Problema General</u>	<u>Objetivo General</u>	<u>Hipótesis General</u>	<u>Variable dependiente</u>	<u>TIPO DE INVESTIGACIÓN Según finalidad</u>	<u>Poblacion</u>
¿Cómo influye el proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018?	El proceso logístico influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.	Determinar la influencia del proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.	Proceso logístico <u>Dimensiones</u> -Seguimiento de un producto -Almacenamiento -Calidad	-Aplicada <u>Según carácter:</u> -Descriptivo <u>Según enfoque</u> -Cuantitativo	Un grupo de 60 trabajadores de la empresa Ag Logistic Group S.A.C.
<u>Problemas Específicos</u>	<u>Hipótesis Específicas</u>	<u>Objetivos Específicos</u>	<u>Variable independiente</u>	<u>Diseño de investigación</u>	<u>Muestra</u>
-¿Cómo influye el seguimiento de un producto en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018?	- Determinar la influencia entre el seguimiento de un producto y la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.	-El seguimiento de un producto influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.	Competitividad	-No Experimental-Transversal	33 trabajadores de la empresa Ag Logistic Group S.A.C.
-¿Cómo influye el almacenamiento en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018?	- Determinar la influencia entre el almacenamiento y la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.	-El almacenamiento influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.	<u>Dimensiones</u> -Diferenciación del producto -Costos logísticos -Servicio al cliente	<u>Nivel de investigación</u> Explicativo-Causal	
-¿Cómo influye la calidad en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018?	- Determinar la influencia entre la calidad y la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.	-La calidad influye en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018.			

Instrumento

El presente cuestionario para el proyecto de investigación titulada “El proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C”. Se responderá de forma **Anónima**

INSTRUCCIONES: Marque con una “X” en la casilla que corresponde, Según su respuesta

(1) Totalmente de acuerdo.

(2) De acuerdo.

(3) Indeciso.

(4) En desacuerdo.

(5) Totalmente en desacuerdo.

ÍTEMS	1	2	3	4	5
1) ¿Considera usted que la empresa actúa como intermediario para la comercialización de las mercancías?					
2) ¿Usted considera que los TLC nos sirven para la libre comercialización de las mercancías?					
3) ¿Con que frecuencia se actualiza la empresa acerca de los mercados que exportan hacia el Perú?					
4) ¿Usted considera a Perú, un mercado en crecimiento?					
5) ¿Considera usted que una ubicación adecuada del almacenamiento de las mercancías nos permite un proceso seguro?					
6) ¿La buena distribución de las mercancías permite una operación rápida?					
7) ¿Usted considera que la empresa realiza un inventario adecuado de las mercancías?					
8) ¿Usted considera que el tema de los impuestos influye en la compra de los productos?					
9) ¿Considera usted que la empresa brinda un agradable clima laboral?					
10) ¿Considera usted que Ag Logistic Group es una empresa de asesoría integral en el comercio internacional?					
11) ¿La empresa utiliza el marketing como herramienta en la promoción de sus servicios?					
12) ¿Usted considera que la empresa tiene buenas relaciones con sus clientes?					
13) ¿La empresa brinda una asesoría adecuada hacia sus clientes?					
14) ¿Considera usted que la empresa cuenta con buenos costos de distribución?					
15) ¿La empresa ofrece a los clientes buenos costos por los servicios?					
16) ¿Usted considera que las mercancías se entregan a los clientes en el tiempo acordado?					
17) ¿La empresa Ag Logistic Group brinda productos de calidad hacia sus clientes?					
18) ¿Los servicios ofrecidos hacia nuestros clientes, fomenta un crecimiento constante para la empresa?					

19) ¿El servicio brindado por nuestra empresa, generaría una mayor utilidad?					
20) ¿Considera usted que el servicio ofrecido de la empresa hacia nuestros clientes facilita la adquisición rápida de sus bienes?					

Validación De Expertos



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Proceso logístico

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Seguimiento de un producto								
1	¿Considera usted que se realiza un correcto proceso de comercialización de las mercancías en la empresa?	/		/		/		
2	¿Usted considera que se debería mejorar el proceso de comercialización de las mercancías?	/		/		/		
3	¿Considera usted que la empresa se actualiza sobre los mercados a los cuales envía sus	/		/		/		

4	mercancías? ¿Considera usted que es un factor importante informarse acerca de los mercados a los cuales se envía la mercancía?	/		/		/		
Dimensión 2: almacenamiento								
1	¿Considera usted que la ubicación del almacenamiento de las mercancías es el adecuado?	/		/		/		
2	¿Considera usted que es fundamental tener una ubicación adecuada del almacenamiento de las mercancías?	/		/		/		
3	¿Considera usted que el proceso de distribución es el adecuado para el envío de las mercancías?	/		/		/		
4	¿Considera usted que se debería mejorar el proceso de distribución de las mercancías?	/		/		/		
5	¿Considera usted que hay un correcto control de las mercancías?	/		/		/		
6	¿Considera usted que es fundamental tener un correcto control de las mercancías?	/		/		/		
Dimensión 3: Calidad								
1	¿Considera usted que la empresa brinda un agradable clima laboral?	/		/		/		
2	¿Considera usted que es fundamental que la empresa brinde un buen clima laboral para la realización de su trabajo sin problemas?	/		/		/		
3	¿Considera usted que se brindan productos de calidad a los clientes?	/		/		/		
4	¿Considera usted que es fundamental brindar productos de calidad a los clientes?	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [/] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr.: PAULINA LLANOS PAUL G. DNI: 25691129

Especialidad del validador: ECONOMISTA ..de ..del 2018

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Competitividad

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Propuestas comerciales								
1	¿Considera usted que debería utilizarse el marketing para realizar buenas propuestas comerciales con los clientes para ser competitivos?	/		/		/		
2	¿Considera usted que es fundamental utilizar el marketing como alternativa en las propuestas comerciales con los clientes para ser competitivos?	/		/		/		
3	¿Considera usted que la empresa tiene buenas las relaciones con sus clientes para ser competitivos?	/		/				
4	¿Considera usted que es fundamental tener buenas relaciones con los clientes para establecer mejores negociaciones para ser competitivos?	/		/		/		
Dimensión 2: Costos logísticos								
1	¿Considera usted que los costos de distribución son los adecuados para negociar con los clientes para ser competitivos?	/		/		/		
2	¿Considera usted que los costos de distribución deberían mejorarse para ser competitivos?	/		/		/		
3	¿Considera usted que los costos del servicio al cliente son los adecuados para ser competitivos?	/		/		/		
4	¿Considera usted que es fundamental los costos adecuados del servicio al cliente para ser competitivos?	/		/		/		
Dimensión 3: Servicio al cliente								
1	¿Considera usted que el tiempo de entrega de la mercancía a los clientes se cumple para ser competitivos?	/		/		/		
2	¿Considera usted que es fundamental cumplir con el tiempo de entrega de la mercancía a los clientes para ser competitivos?	/		/		/		
3	¿Considera usted que se entrega la mercancía a los clientes en perfectas condiciones para ser competitivos?	/		/		/		

4	¿Considera usted que es fundamental entregar las mercancías en perfectas condiciones a los clientes para ser competitivos?	/		/		/		
---	--	---	--	---	--	---	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

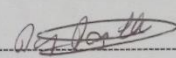
Opinión de aplicabilidad: Aplicable [/] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: RIVERA LISMAN, Paul Gabriel DNI: 25691179

Especialidad del validador: ECOLOGISTA 98 de 06 del 2019

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



 Firma del Experto Informante.



CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: *Proceso logístico*

N°	DIMENSIONES / Items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Suficiencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
<i>Dimensión 1: Seguimiento de un producto</i>								
1	¿Considera usted que se realiza un correcto proceso de comercialización de las mercancías en la empresa?	/		/		/		
2	¿Usted considera que se debería mejorar el proceso de comercialización de las mercancías?	/		/		/		
3	¿Considera usted que la empresa se actualiza sobre los mercados a los cuales envía sus	/		/		/		

4	mercancías? ¿Considera usted que es un factor importante informarse acerca de los mercados a los cuales se envía la mercancía?	/		/		/		
<i>Dimensión 2: almacenamiento</i>								
1	¿Considera usted que la ubicación del almacenamiento de las mercancías es el adecuado?	/		/		/		
2	¿Considera usted que es fundamental tener una ubicación adecuada del almacenamiento de las mercancías?	/		/		/		
3	¿Considera usted que el proceso de distribución es el adecuado para el envío de las mercancías?	/		/		/		
4	¿Considera usted que se debería mejorar el proceso de distribución de las mercancías?	/		/		/		
5	¿Considera usted que hay un correcto control de las mercancías?	/		/		/		
6	¿Considera usted que es fundamental tener un correcto control de las mercancías?	/		/		/		
<i>Dimensión 3: Calidad</i>								
1	¿Considera usted que la empresa brinda un agradable clima laboral?	/		/		/		
2	¿Considera usted que es fundamental que la empresa brinde un buen clima laboral para la realización de su trabajo sin problemas?	/		/		/		
3	¿Considera usted que se brindan productos de calidad a los clientes?	/		/		/		
4	¿Considera usted que es fundamental brindan productos de calidad a los clientes?	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [/] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: José Antonio Lora DNI: 25450694

Especialidad del validador: Negociación, Gestión y Atención al Cliente 29 de 06 del 2011

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.

[Firma]
Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: **Competitividad**

N°	DIMENSIONES / items	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Propuestas comerciales								
1	¿Considera usted que debería utilizarse el marketing para realizar buenas propuestas comerciales con los clientes para ser competitivos?	/		/		/		
2	¿Considera usted que es fundamental utilizar el marketing como alternativa en las propuestas comerciales con los clientes para ser competitivos?	/		/		/		
3	¿Considera usted que la empresa tiene buenas las relaciones con sus clientes para ser competitivos?	/		/		/		
4	¿Considera usted que es fundamental tener buenas relaciones con los clientes para establecer mejores negociaciones para ser competitivos?	/		/		/		
Dimensión 2: Costos logísticos								
1	¿Considera usted que los costos de distribución son los adecuados para negociar con los clientes para ser competitivos?	/	/	/		/		
2	¿Considera usted que los costos de distribución deberían mejorarse para ser competitivos?	/		/		/		
3	¿Considera usted que los costos del servicio al cliente son los adecuados para ser competitivos?	/		/		/		
4	¿Considera usted que es fundamental los costos adecuados del servicio al cliente para ser competitivos?	/		/		/		
Dimensión 3: Servicio al cliente								
1	¿Considera usted que el tiempo de entrega de la mercancía a los clientes se cumple para ser competitivos?	/		/		/		
2	¿Considera usted que es fundamental cumplir con el tiempo de entrega de la mercancía a los clientes para ser competitivos?	/		/		/		
3	¿Considera usted que se entrega la mercancía a los clientes en perfectas condiciones para ser competitivos?	/		/		/		

4 ¿Considera usted que es fundamental entregar las mercancías en perfectas condiciones a los clientes para ser competitivos?

/	/	/			
---	---	---	--	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [/] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr.: Jose Armando Jose

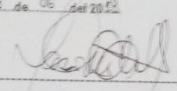
DNI: 25450694

Especialidad del validador: NEGOCIACIÓN COMERCIAL

28 de 06 del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión.


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: Proceso logístico

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Seguimiento de un producto								
1	¿Considera usted que se realiza un correcto proceso de comercialización de las mercancías en la empresa?	/		/		/		
2	¿Usted considera que se debería mejorar el proceso de comercialización de las mercancías?	/		/		/		
3	¿Considera usted que la empresa se actualiza sobre los mercados a los cuales envía sus	/		/		/		

4	mercancías? ¿Considera usted que es un factor importante informarse acerca de los mercados a los cuales se envía la mercancía?	/		/		/		
Dimensión 2: almacenamiento								
1	¿Considera usted que la ubicación del almacenamiento de las mercancías es el adecuado?	Si	No	Si	No	Si	No	
2	¿Considera usted que es fundamental tener una ubicación adecuada del almacenamiento de las mercancías?	/		/		/		
3	¿Considera usted que el proceso de distribución es el adecuado para el envío de las mercancías?	/		/		/		
4	¿Considera usted que se debería mejorar el proceso de distribución de las mercancías?	/		/		/		
5	¿Considera usted que hay un correcto control de las mercancías?	/		/		/		
6	¿Considera usted que es fundamental tener un correcto control de las mercancías?	/		/		/		
Dimensión 3: Calidad								
1	¿Considera usted que la empresa brinda un agradable clima laboral?	Si	No	Si	No	Si	No	
2	¿Considera usted que es fundamental que la empresa brinde un buen clima laboral para la realización de su trabajo sin problemas?	/		/		/		
3	¿Considera usted que se brindan productos de calidad a los clientes?	/		/		/		
4	¿Considera usted que es fundamental brindan productos de calidad a los clientes?	/		/		/		

Observaciones (precisar si hay suficiencia):

Opinión de aplicabilidad: Aplicable / Aplicable después de corregir [] / No aplicable []

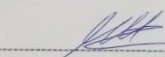
Apellidos y nombres del juez validador. Dr.: GUSTAVO JAVIER ALBERCA TEJES DNI: 09378801

Especialidad del validador: Magister Negocios

28 de 06 del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo.
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo.

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: **Competitividad**

N°	DIMENSIONES / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: Propuestas comerciales								
1	¿Considera usted que debería utilizarse el marketing para realizar buenas propuestas comerciales con los clientes para ser competitivos?	/		/		/		
2	¿Considera usted que es fundamental utilizar el marketing como alternativa en las propuestas comerciales con los clientes para ser competitivos?	/		/		/		
3	¿Considera usted que la empresa tiene buenas las relaciones con sus clientes para ser competitivos?	/		/		/		
4	¿Considera usted que es fundamental tener buenas relaciones con los clientes para establecer mejores negociaciones para ser competitivos?	/		/		/		
Dimensión 2: Costos logísticos								
1	¿Considera usted que los costos de distribución son los adecuados para negociar con los clientes para ser competitivos?	/		/		/		
2	¿Considera usted que los costos de distribución deberían mejorarse para ser competitivos?	/		/		/		
3	¿Considera usted que los costos del servicio al cliente son los adecuados para ser competitivos?	/		/		/		
4	¿Considera usted que es fundamental los costos adecuados del servicio al cliente para ser competitivos?	/		/		/		
Dimensión 3: Servicio al cliente								
1	¿Considera usted que el tiempo de entrega de la mercancía a los clientes se cumple para ser competitivos?	/		/		/		
2	¿Considera usted que es fundamental cumplir con el tiempo de entrega de la mercancía a los clientes para ser competitivos?	/		/		/		
3	¿Considera usted que se entrega la mercancía a los clientes en perfectas condiciones para ser competitivos?	/		/		/		

4	¿Considera usted que es fundamental entregar las mercancías en perfectas condiciones a los clientes para ser competitivos?	/		/		/		
---	--	---	--	---	--	---	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____


Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador, Dr.: GUSTAVO JAVIER ALBERCA TEJES DNI: 09378801

Especialidad del validador: Magister Negocios de del 2018

¹Pertinencia: El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²Relevancia: El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


 Firma del Experto Informante.

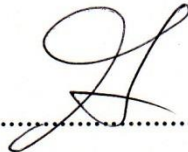
Yo, **Lessner Augusto León Espinoza**, docente de la Facultad de **Ciencias Empresariales** y Escuela Profesional de **Negocios Internacionales** de la Universidad César Vallejo **Callao**, revisor de la tesis titulada

“El proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018”

Del estudiante Querevalú Rea Jenderson, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **29 %** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Callao, **17** de diciembre del **2018**.



Firma

Lessner Augusto León Espinoza

DNI: **07725199**

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------

Visualizador de Documentos de Turnitin - Mozilla Firefox
https://www.turnitin.com/dv?z=1&o=1048852681&u=1051161628&lang=es& 90% Probar el nuevo Feedback Studio Roadmap Trabajo 24 de 61

Originality GradeMark PeerMark

El proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group-Callao, 2018

turnitin 29%

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

“El proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR:
Querevalú Rea. Jenderson

ASESOR:
Dr. León Espinoza. Lessner Augusto

SÓLO

Comentarios de GoodMark (Inglés/Commonly Used)

Comentario Seleccione el texto y haga clic en el botón "Comentario" para resaltar el texto asociado a un comentario.

Awk C/S Citation Needed
Commonly Confused Del.
Improper Citation Insert
Missing "" P/V Run-on Sp.
Support Vague WC
Weak Transition

PAGINA 1 DE 76



AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo **Querevalú Rea Jenderson**, identificado con DNI N° **76211240**,

egresado de la Escuela Profesional de **Negocios Internacionales** de la Universidad César Vallejo, autorizo (), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "**El proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C. - Callao, 2018**"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....


FIRMA

DNI: 76211240

FECHA: 17 de diciembre del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable de SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación
---------	----------------------------	--------	--------------------	--------	---------------------------------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Facultad de Ciencias Empresariales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Querevalu Rea Jenderson

INFORME TÍTULADO:

El proceso logístico en la competitividad de la empresa Ag Logistic Group S.A.C.-Callao, 2018

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 17/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 17



Mg. Rafael Lopez Landauro