



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

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

La distribución física internacional y la ventaja competitiva de la Empresa
Negocios e Inversiones AIRIN 2019

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciado en Negocios Internacionales

AUTOR:

Br. Arroyo Chate, Joel Daniel (ORCID: 0000-0002-7981-7173)

ASESOR:

Mg. Paul Berta Hinostroza (ORCID: 0000-0001-9996-3738)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Exterior

LIMA – PERÚ

2019

Dedicatoria

En primer lugar, a Dios por saber guiarme y darme las fuerzas necesarias para no decaer ante cualquier obstáculo.

En segundo lugar, a mis padres y hermanos por apoyarme incondicionalmente al logro de mis objetivos.

Finalmente a toda mi docente que estuvieron durante mi formación profesional, por el apoyo y la motivación brindada para el logro de mis metas

Agradecimiento

Deseo dar gracias primeramente a Dios por darme salud y las fuerzas necesarias para seguir adelante.

Segundo al Mg. Berta Hinostroza, Mike Paúl por su paciencia constante y apoyo en los asesoramientos.

De la misma manera a todas aquellas personas que permitieron que pueda culminar una etapa de mi vida.

Página del jurado

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, ARROYO CHATE JOEL DANIEL con DNI N° 73778350 a efecto de cumplir con los criterios de evaluación de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Tesis, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento y omisión, tanto en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 03 de diciembre del 2019



ARROYO CHATE JOEL DANIEL

Índice

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaratoria de Autenticidad	v
Índice	vi
RESUMEN	ix
ABSTRACT	x
I. INTRODUCCIÓN	1
1.1 Realidad Problemática	1
II. MÉTODO	7
2.1 Tipo y Diseño de investigación	7
2.1.1. Tipo	7
2.1.2. Enfoque	8
2.1.3. Diseño	8
2.1.4. Nivel	8
2.2 Operacionalización de las variables.	8
2.2.1. Variable	8
2.2.2. Operacionalización de una variable	8
2.3 Población y muestra	10
2.3.1 Población	10
2.3.2 Muestra	11
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	11
2.4.1. Técnica	11
2.4.2. Instrumento	12
2.5 Métodos de análisis de datos	14
2.6 Aspectos éticos	14
III. RESULTADOS	15
3.1. Análisis descriptivo Univariado.	15
3.1.1. Análisis de la primera variable	15
3.1.2. Análisis de la segunda variable – Ventaja Competitiva	16
3.3. Análisis inferencial	28
IV. Discusión	34
4.1. Discusión de Resultados	34
V. CONCLUSIONES	38
VI. Recomendaciones	39
Referencias	40

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Matriz de Operacionalización de la variable 1: Distribución Física Internacional.....</i>	<i>9</i>
<i>Tabla 2: Matriz de Operacionalización de la variable 2: Ventaja Competitiva.....</i>	<i>10</i>
<i>Tabla 3: Datos de puntuales de la empresa.....</i>	<i>10</i>
<i>Tabla 4: Distribución organización de la empresa Airin</i>	<i>11</i>
<i>Tabla 5: Datos de expertos de Validación.....</i>	<i>12</i>
<i>Tabla 6: Tabla de medición de coeficiente de Alfa de Cronbach</i>	<i>13</i>
<i>Tabla 7: Alfa de Cronbach de la variable 1: Distribución Física Internacional.....</i>	<i>13</i>
<i>Tabla 8: Alfa de Cronbach de la variable 2: Ventaja Competitiva.</i>	<i>14</i>
<i>Tabla 9: Análisis Descriptivo de la variable Distribución Física internacional.</i>	<i>15</i>
<i>Tabla 10: Análisis Descriptivo de la variable Ventaja Competitiva.....</i>	<i>16</i>
<i>Tabla 11: Análisis Descriptivo de la Dimensión El poder de negociación de los compradores o clientes</i>	<i>17</i>
<i>Tabla 12: Análisis Descriptivo de la Dimensión: Poder de negociación de los proveedores o vendedores.....</i>	<i>18</i>
<i>Tabla 13: Análisis Descriptivo de la Dimensión: Amenaza de nuevos competidores entrantes.....</i>	<i>19</i>
<i>Tabla 14: Análisis Descriptivo de la Dimensión: Amenaza de productos sustitutos.....</i>	<i>20</i>
<i>Tabla 15: Análisis Descriptivo de la Dimensión: Rivalidad entre los competidores.....</i>	<i>21</i>
<i>Tabla 16: Análisis entre Distribución Física Internacional y ventaja Competitiva</i>	<i>22</i>
<i>Tabla 17: Análisis entre Distribución Física Internacional y poder de negociación de los compradores o clientes.</i>	<i>23</i>
<i>Tabla 18: Análisis entre Distribución Física Internacional y poder de negociación de los proveedores o vendedores.....</i>	<i>24</i>
<i>Tabla 19: Análisis entre Distribución Física Internacional y Amenaza de nuevos competidores entrantes.....</i>	<i>25</i>
<i>Tabla 20: Análisis entre Distribución Física Internacional y amenaza de productos sustitutos</i>	<i>26</i>
<i>Tabla 21: Análisis entre Distribución Física Internacional y Rivalidad entre los competidores.....</i>	<i>27</i>
<i>Tabla 22: Correlacional entre la Distribución Física Internacional y Ventaja Competitiva.</i>	<i>28</i>
<i>Tabla 23: Correlación entre Distribución física internacional y El poder de negociaciones de los clientes.....</i>	<i>29</i>
<i>Tabla 24: Correlación entre Distribución física internacional y Poder de negociación de los proveedores o vendedores.....</i>	<i>30</i>
<i>Tabla 25: correlación Distribución física internacional y amenaza de nuevos competidores entrante.....</i>	<i>31</i>
<i>Tabla 26: correlación entre Distribución física internacional y La amenaza de productos sustitutos.....</i>	<i>32</i>
<i>Tabla 27: correlación entre Distribución física internacional y La rivalidad entre los competidores</i>	<i>33</i>

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1: Distribución Física internacional</i>	15
<i>Figura 2: Ventaja Competitiva</i>	16
<i>Figura 3: Poder de negociación de los proveedores o vendedores</i>	18
<i>Figura 4: Amenaza de nuevos competidores entrantes</i>	19
<i>Figura 5: Amenaza de productos sustitutos</i>	20
<i>Figura 6: Rivalidad entre los competidores</i>	21
<i>Figura 7: Grafica de barras del Análisis entre Distribución Física Internacional y ventaja Competitiva</i>	22
<i>Figura 9: Grafica de barras del Análisis entre Distribución Física Internacional y poder de negociación de los compradores o clientes</i>	23
<i>Figura 10: Grafica de barras del Análisis entre Distribución Física Internacional y poder de negociación de los proveedores o vendedores</i>	24
<i>Figura 11: Grafica de barras del Análisis entre Distribución Física Internacional y Amenaza de nuevos competidores entrantes</i>	25
<i>Figura 12: Grafica de barras del Análisis entre Distribución Física Internacional y amenaza de productos sustitutos</i>	26
<i>Figura 13: Grafica de barras del Análisis entre Distribución Física Internacional y Rivalidad entre los competidores</i>	27
<i>Figura 14: Tabla de matriz de consistencia</i>	46

RESUMEN

El presente proyecto de investigación titulada “La distribución física internacional y La ventaja competitiva de la empresa negocios e inversiones Airin 2019”, tuvo como objetivo de determinar la relación entre la distribución física internacional y la ventaja competitiva.

La investigación fue de tipo aplicada, con un nivel relacional con diseño no experimental transversal y con un enfoque cuantitativo, La población a analizar para el presente estudio de este proyecto está conformada por todos los miembros de la empresa, la técnica de recolección de información a utilizar en una encuesta y el instrumento fue un cuestionario, la cual estaba constituida por 30 preguntas en total la cual se dividía en 15 preguntas por variable, la cual fue validada por tres jurados expertos en el tema del trabajo de estudio, el nivel de confiabilidad después de realizar el coeficiente de alfa de Cronbach, a la primera variable fue de 0.858 y el resultado obtenido de la segunda variable fue de 0.834, el cual asegura la confiabilidad y valido para poder realizar el procedimiento de análisis en el programa estadísticos software SPSS versión 25.0.

Los resultados obtenidos fue que existe una moderada relación entre la Distribución Física internacional y La ventaja competitiva de la empresa Negociaciones e inversiones Airin, el resultado obtenido fue 0.038 de nivel de significancia de Rho de Spearman la cual es < 0.05 . En conclusión, el desarrollo eficiente de la DFI y tener un plan estratégico permite que la empresa puede ser competitivo ante sus rivales en el mercado, teniendo un plan que mejore el desarrollo de la producción y las relaciones con los clientes, proveedores y rivales de los cuales se puede aprovechar sus debilidades para poder marcar una diferencia realizando un estudio constante del mercado

Palabras claves: Distribución física internacional, ventaja competitiva, estrategias.

ABSTRACT

The present research project entitled “The international physical distribution and the competitive advantage of the business and investment company Airin 2019”, aimed to determine the relationship between the physical distribution and the competitive advantage.

The research was applied, with a relational level with non-experimental cross-sectional design and with a quantitative approach. The population to be analyzed for the present study of this project is made up of all the members of the company, the information gathering technique used in a survey and the instrument was a questionnaire, which was made up of 30 questions in total which was divided into 15 questions per variable, which was validated by three jurors experts in the subject of study work, the level of reliability After performing the Cronbach alpha coefficient, the first variable was 0.858 and the result obtained from the second variable was 0.834, which ensures reliability and validity to perform the analysis procedure in the statistical software SPSS version software 25.0.

The results obtained were a moderate relationship between the International Distribution and the competitive advantage of the company Negotiations and investments Airin, the result obtained was 0.038 of level of significance of Rho de Spearm which is <0.05 . In conclusion, the efficient development of the DFI and having a strategic plan allows the company to be competitive with its rivals in the market, having a plan that improves the development of production and relations with customers, suppliers and rivals of any who can use their weaknesses to be able to make a difference in conducting a constant market research

Keywords: International Physical Distribution, Competitive Advantage, strategies

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

Actualmente, en nuestro país posee una gran variedad cantidad de empresas dedicadas al sector textil los cuales están empezando a realizar negociaciones en mercados extranjeros los cuales por falta de conocimientos acerca del desarrollo de la distribución física internacional, estas incurren en gastos innecesarios como pagos en excesivos en transporte, error de presentación de documentos ante la aduana, como una mala declaración, envases no autorizados para la exportación para el tipo de carga que se está enviado a un destino “x”, el cual puede ocasionar muchos desafíos y problemas para los exportadores entre otros más problemas. La demanda de textil peruano en el mercado extranjero han disminuido considerablemente, a comparación de años anteriores, “La Asociación de Exportadores del Perú (Adax) informó acerca de la caída de la comercialización de prendas de vestir de algodón en 24.000 toneladas, entre los años 2007 y 2018, por la pérdida de competitividad en el sector” el cual han afectado a los empresarios peruanos dedicados a este rubro, los cuales por la fuerte competencia de otros países que cuenta con más recursos tecnológicos, mano de obra en cantidad, o recursos más baratos, entre otros aspectos que los convierten en una fuerte competencia. Otro factor que ocasionó estas reducciones en la cantidad exportada se debió a los distintos conflictos internos de cada país, como por ejemplo esta Venezuela que antes de su crisis era una de los principales países que realizaba grandes demandas de textiles en los años 2013, 2014.

Para poder realizar la elaboración del proyecto de investigación se seleccionó diversas fuentes de información como trabajos previos que están relacionados y conectados con el tema, que facilitan el proceso de redacción del tema a investigar, entre ellos, se tiene las siguientes citas que facilitara nuestra investigación, primeramente, se presentara antecedentes nacionales, internacionales. Palacios (2016) Distribución física internacional en las empresas exportadoras de café de Chanchamayo, Su objetivo general fue identificar el desempeño que las empresas realizan en el departamento de Chanchamayo, a la vez de verificar si cuentan con un plan organizacional para el desarrollo correcto de la DFI. La metodología aplicada fue de no experimenta descriptivo. El instrumento aplicado fue el SPSS. El resultado obtenido fue que las organizaciones comercializadoras de café de manera internacional, poseen poca eficiencia en sus procesos de DFI. Se llego a la conclusión general

que las organizaciones dedicadas al comercio de café no presentan una eficiente labor logística, a la vez de indicar que deben añadir nuevas gestiones en su desarrollo logístico para que mejore sus tiempos, costos, etc. Salas (2015) La exportación de palta Hass al mercado de Italia. El objetivo del presente trabajo fue buscar las causas que han afectado las exportaciones de palta Hass. Método que se empleó en esta investigación: diseño cualitativo y cuantitativo, ya que se realizaron entrevistas a profundidad a las empresas peruanas exportadoras. El resultado fue que existe un incremento de la demanda por el producto, pero aún no cuentan con las condiciones logísticas necesarias para lograr que la palta producida tenga un precio accesible en el mercado extranjero italiano. Mimbela (2015) La Gestión logística en las operaciones del transporte internacional para el desarrollo del comercio en el puerto del Callao. Los Autores tienen como objetivo desarrollar un sistema operativo del transporte internacional de carga hacia el puerto del Callao. La investigación tiene método explicativo y descriptivo, con un diseño no experimental, La conclusión que se llegó fue, que las empresas nacionales debido a la constante búsqueda de nuevos mercados e iniciativa buscan la forma de volverse más eficiente. Esta búsqueda ha llevado a que el nivel del comercio exterior de la ciudad es relativamente alto, pues que las empresas tienen buenas participaciones de las importaciones en sus compras y de las exportaciones sus ventas.

Abeal y Alvarez (2018) ¿Es la exportación un elemento relevante para explicar el rendimiento de una empresa? El caso de las pymes gallegas para el periodo 2002-2013. La metodología utilizada en esta publicación fue descriptiva, cuantitativa y transversal. El objetivo de los autores fue analizar la capacidad productiva y la rentabilidad que las empresas exportadoras. La metodología aplicada en este artículo e instrumento a utilizar, se basa en la recolección de datos de ARDAN. El resultado demostró que, a excepción del proceso de exportación, al resto de factores realizados por la empresa, no afectan mucho a la rentabilidad empresarial, estas solo obtienen ganancias estándares, pero cuando empiezan el proceso de exportación, este factor influye significativamente a la rentabilidad. Se concluyó que es relevante ahondar en las consecuencias que tiene la exportación sobre la gestión empresarial es un proceso fundamental. López y Moreno (2018) Las agencias de carga y los servicios de transporte en el comercio internacional de Bogotá. Donde su objetivo principal es analizar a los operadores aduaneros, que realicen de manera correcta y eficiente la distribución física. La metodología que se utilizó es de tipo descriptivo, ya que se enfocó en contextos actuales, a la vez de interpretar los resultados obtenidos sobre la influencia de las agencias de cargas en el desarrollo del transporte internacional. El resultado que se

obtuvo es que las agencias de carga son fundamental para las empresas que no cuentan con experiencia o capacidad para realizar este traslado internacional, los cuales reduce los costó, el tiempo etc. Él trabajó concluyo que las agencias de carga en la ciudad de Bogotá son importantes porque aseguran que se realice de manera correcta el trasladó de estas mercancías, reducción de costos y satisfacción del consumidor. Espitia. y Moya, (2008) Mercadeo y logística como estrategia de competitividad empresarial El objetivo de esta investigación científica es analizar el crecimiento en el mercadeo y de la logística en la internacionalización de las empresas. La metodología empleada tuvo un enfoque descriptivo, usando métodos deductivos e inductivo los cuales fueron desarrollados por expertos en el mercadeo y la logística. El resultado obtenido fue que una buena administración en toda las de las áreas, como la producción, aprovisionamiento, distribución, hace que la empresa sea más eficiente y genere menos gastos. Esta investigación llego a la conclusión que contar con un grupo de investigación de la empresa que se enfoca en el desarrollo de la DFI ocasionara una reducción de los costos de producción, en los costos de mercadeo.

Dolores (2016) Key factors for the implementation and integration of innovative ICT solutions in SMEs and large companies involved in the multimodal transport of dangerous goods. El cual habla acerca de la seguridad que se tiene que tener al momento de transportar las mercancías sobre todo las que son denominadas peligrosas, los cuales pueden producir grandez conflictos estructurales de la logística, los cuales se puede evitar aplicando muchas técnicas como la digitalización la cual es crucial para evitar erros humanos y aumentar la seguridad y la eficiencia, el presente trabajo resalta entre otros porque es uno de los cuales se enfocara y abarcara temas , acerca de cómo aplicar la tecnología para mejorar el transporte de este tipo de mercancías otras que se asemejen, el cual se aplicaría a un traslado multimodal. Esta metodología mezcla la innovación e impulsada por el usuario (UDI), el proceso de jerarquía analítica (AHP) y redes bayesianas. Los resultados muestran una jerarquía de barreras potenciales para una solución de TIC multimodular utilizada como estudio de caso de uso, en dos esquemas con diseño diferentes para pequeñas y medianas Empresa (PYME) y para una gran empresa. Para seguir con el análisis de la investigación se basó en teoría relacionadas ya establecidas por estudiosos en el campo, la Teoría que fundamentara la primera variable es la: Teoría de las restricciones, Según Chávez y Solís (como se citó en Eliyahu golgratt, 1982, p. 3) (2012) La base de esta teoría es concentra en trabajar a todo el sistema de logística como un todo, la empresa debe tener en cuenta cada parte del proceso logístico, como la producción, transporte, costos, etc. La empresa que

pueda trabajar de manera conjunta todo este proceso, logra de optimizar los procesos y la creación de valor entre ellos. (2014, p.3). La primera variable es La Distribución Física Internacional (DFI): La Distribución Física Internacional (D.F.I.), es el proceso logístico que se desarrolla para que un producto sea trasladado a un mercado extranjero cumpliendo con los acuerdos negociados entre el exportador y el importador. (Macedo, 2014, p. 25). A continuación, se mencionarán las dimensiones que se utilizara para el desarrollo de la variable 1.: La primera dimensión es el Análisis de la mercancía. La carga es un grupo de mercancías o bienes protegidas por un embalaje apropiado que facilita su rápida movilización. El personal en cargada en esta etapa de la DFI. Realizara un análisis para averiguar el tipo de carga que va a transportar. (Castellanos, 2012, p. 15). Esta dimensión se divide en dos Tipos de carga: Carga general y Carga a granel. La segunda dimensión son los tipos de embalaje: El embalaje es el procedimiento que consiste en preservar de manera cuidadosa los productos que van a ser transportados, además de facilitar el transporte de estas mercancías. (Anaya, 2012, p. 10), El cual también brinda protección al producto. El empaque forma un vínculo comercial permanente entre un producto y consumidor, la cual facilite el acopio, empaclado y clasificación de mercancías para su envío, además de proteger el producto hasta que llegue a su destino. (Arenal, 2019, p.12) Apoyando esta idea Anaya. El embalaje es el procedimiento que consiste en preservar de manera cuidadosa los productos que van a ser transportados, además de facilitar el transporte de estas mercancías. (2012, p. 10). La tercera dimensión 3. es la selección del transporte internacional: El transporte internacional en medio con el cual se transporta la mercancía desde un punto “Y” al punto “Z”, situado en un país distinto, efectuado en tal forma que la mercancía llegue a su destino en las condiciones pactadas, [...] la mercancía debe llegar sin daño, en el plazo determinado y al precio estipulado usando los dos tipos de medios más utilizados en el comercio internacional los cuales son aéreo y marítimo. (Molins, 2012, p. 13). La dimensión 4: es los costos de DFI. Los riesgos siempre están presentes al momento de la realización del proceso de la distribución física, los riesgos que puede sucederle a la carga, es la pérdida parcial o total de esta durante la travesía, daños físicos de la carga por el vehículo o por la carga que se encuentra a su lado. Se entiende por seguro, al conjunto de términos que ampara la carga que se transporta ante cualquier riesgo, también se le considera con una carta de amparar al exportador o importador, quien pago el seguro. Los costos del seguro y riesgos son asignados y determinados por el incoterm que acuerda el exportador u importador (Fernandez, 2017, p.23). la Dimensión 5 es Documentos para la exportación. Los documentos que se necesitan

para realizar la exportación son: Factura comercial. Es el documento el cual válida la entrega de mercancía o préstamo de servicios ejercidos por la empresa, en este documento debe figurar, (Esparza, 2017, p. 40) Packing List. Es el documento que respalda o complementa la información que contiene la factura comercial, pero estas describen o detalla la mercancía, (Manzanares, 2015, p.32) y la Guía de remisión. Es el documento que sustenta el traslado de bienes entre distintas direcciones, existen distintas modalidades, una es para el transporte privado. (Sunat, 2019) y Certificado de origen (de acuerdo el destino) documento que sustenta, justifica y acredita el origen de las mercancías. La importancia del certificado radica en que es el documento que hará posible, en los casos previstos, aplica para productos que presenten arancel preferencial. (Muñoz y Martínez, 2018. p. 15) la segunda variable que es la entaja competitiva esta basada en la teoria de las ventaja competitiva de Michael Porter (1985). la ventaja competitiva es tomar acciones ofensivas o defensivas para crear bases sólidas para el buen funcionamiento de la empresa y competir con la competencia, con la vez de hacer frente, a dificultades externas y obtener éxito. Tarzijan (2013) la ventaja competitiva es aquel rasgo, que permite colocar a un menor precio a los productos a diferenciación a los productos ofrecidos por los rivales, y minimizar riesgos. Es aprovechar la rivalidad de la competencia y convertirla en oportunidad, la ventaja competitiva se puede examinar siguiendo el modelo que planteo. La ventaja competitiva los define Ramírez (2015) Como una ventaja competitiva es una ventaja que posee una empresa ante las demás empresas del mismo rubro, esta ventaja le permite tener un mejor desempeño y, por lo tanto, una posición competitiva en dicho sector o mercado. (p. 3) continuación se mencionarán las dimensiones de la variable 2. dimensión 1: poder de negociación de los compradores o clientes betabcourt (2019) Los clientes tienen el poder de comprar, porque estos son los que deciden que producto es mejor calidad y precio, esto hace que ellos tengan el poder que los productores suban o bajen el precio de cada productor y servicio. (p. 25), dimensión 2: poder de negociación de los proveedores o vendedores Betabcourt (2019) Los proveedores poderosos capturan una gran cantidad de ganancias comprando precios altos por sus materias primas, restringiendo la calidad de las materias o servicios y transfiriendo los costos a los demás participantes del mercado y sector. (p. 25), Dimensión 3: amenaza de nuevos competidores entrantes, Betabcourt (2019) el crecimiento de la demanda de un producto genera que ingresen más competencia al mercado de un determinado rubro, el cual hace que las empresas establecidas tengan que generar más su plan estratégico, para que ellos mantengan su rentabilidad. (p. 26), dimensión 4: amenaza de productos sustitutos Betabcourt

(2019) los productos sustitutos siempre afectan a la rentabilidad de los productores los cuales su producción es muy elevada y esto a la vez genera que tengan productos con precios elevados o también estos pueden destacar en la calidad que se ofrece. (p. 26), dimensión 5: rivalidad entre los competidores, Betabcourt (2019) la rivalidad entre competidores siempre está presente en el mercado por la captar más compradores y así generar más ganancias, las estrategias que aplican en su mayoría son la reducción de precio, calidad, aumento de la publicidad entre otras más que les permita destacar. (p.26), continuación se pasará a realizar la Formulación del problema general y específicos, Problema general ¿Cómo se relaciona la distribución física internacional y la ventaja competitiva de la empresa negocios e inversiones Airin 2019?, Problemas específicos, 1) ¿cómo se relaciona la distribución física internacional y el poder de negociación de los compradores o clientes de la empresa negocios e inversiones Airin 2019? 2) ¿cómo se relaciona la distribución física internacional y el poder de negociación de los proveedores o vendedores de la empresa negocios e inversiones Airin 2019? 3) ¿cómo se relaciona la distribución física internacional y la amenaza de nuevos competidores entraste de la empresa negocios e inversiones Airin 2019?, 4) ¿cómo se relaciona la distribución física internacional y la amenaza de productos sustitutos de la empresa negocios e inversiones Airin 2019? 5) ¿cómo se relaciona la distribución física internacional y la rivalidad entre los competidores de la empresa negocios e inversiones Airin 2019?, seguidamente se presentara la Justificación del estudio de manera teórica, Esta investigación explicara de manera detallada todo el proceso de la distribución física internacional, desde el momento que el productor o empresa ya cuente con el producto final, como, por ejemplo, polos de algodón, camisa, hilos de alpaca, entre otros productos que se menciona líneas arriba. Posteriormente se explicará varios términos como los tipos de envase, el tipo de transporte el cual se acomode mejor a la negociación que se tuvo con el cliente o el cual se acomode al exportador y así poder aclarar muchas dudas de exportador. Y Justificación practica La presente investigación se enfocará en brindar una alternativa de solución a los problemas que se presentan a los microempresarios del rubro textil, que están empezando a trasladar sus productos al extranjeros, ya que estos se encuentran con muchas dificultades al momento de iniciar estas operaciones, el problema que se presentan principalmente, en el desarrollo de su Distribución física internacional, es una mala producción de los productos textiles, una mala guía o instrucción para exportar sus productos (falta de documentos que se necesitan para exportar), el tiempo de transporte internacional, los cuales pueden varias según el destino. También se planteará, El Objetivos del proyecto

de investigación. El Objetivo general es Determinar la relación que existe entre la distribución física internacional y la ventaja competitiva de la empresa negocios e inversiones Airin 2019 y el Objetivos específicos 1) Determinar la relación que existe entre la distribución física internacional y el poder de negociación de los compradores o clientes de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, 2) Determinar la relación que existe entre la distribución física internacional y el poder de negociación de los proveedores o vendedores de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, 3) Determinar la relación que existe entre la distribución física internacional y la amenaza de nuevos competidores entrante de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, 4) Determinar la relación que existe entre la distribución física internacional y la amenaza de productos sustitutos de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, 5) Determinar la relación que existe entre la distribución física internacional y la rivalidad entre los competidores de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, Las Hipotesis que se plantearon son: La Hipótesis general. Es La distribución física internacional se relaciona significativamente con la ventaja competitiva de la empresa negocios e inversiones Airin 2019 y las Hipotesis específicos son, 1) La distribución física internacional se relaciona significativamente con el poder de negociación de los compradores o clientes de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, 2) La distribución física internacional se relaciona significativamente con el poder de negociación de los proveedores o vendedores de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, 3) Determinar la relación que existe entre la distribución física internacional y la amenaza de nuevos competidores entrante de la empresa negocios e inversiones Airin 2019. 4) La distribución física internacional se relaciona significativamente con la amenaza de productos sustitutos de la empresa negocios e inversiones Airin 2019. 5) La distribución física internacional se relaciona significativamente con la rivalidad entre los competidores de la empresa negocios e inversiones Airin 2019.

II. MÉTODO

2.1 Tipo y Diseño de investigación

2.1.1. Tipo

Tipo de investigación aplicada

Rodríguez (2019) Este tipo de investigación es donde el problema ya está establecido y es conocido por el investigador, por lo cual se utiliza la investigación para dar solución a las preguntas específicas y al problema conocido mediante a conocimientos establecidos.

2.1.2. Enfoque

Tipo Cuantitativa

Una investigación cuantitativa es aquella que permite recabar de manera objetiva y analizar datos numéricos de las variables a investigar, que han sido previamente establecidas. (Ruiz, 1992, p. 26)

2.1.3. Diseño

Hernandes, Fernández y baptista (como cito Kerlinger en 1979) el diseño de investigación no experimental es en la cual no se realiza sin manipular las variables, es este tipo de investigación solo es observar los fenómenos a analizar para posteriormente dar una solución (p. 116).

2.1.4. Nivel

Correlativa

Para Salkind (1998), la investigación correlacional tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables.

Transversal

Es aquella donde se obtiene una base de datos el sujeto u objeto de estudio por una única vez en un tiempo determinado. Según Briones (1985), dice que este tipo de investigación son una especie de “fotografías instantáneas” del fenómeno o acontecimiento presente en el objeto de estudio. Esta investigación puede ser descriptiva o explicativa.

2.2 Operacionalización de las variables.

2.2.1. Variable

La palabra variable tiene varios sinónimos como inestable y cambiante los cuales nos hacen referencia a que variable es un sustantivo el cual representa un resultado que pueden asumir distintos valores (Zapata, 2005, p. 35)

2.2.2. Operacionalización de una variable

La operacionalización de las variables es el proceso que inicia desde la definición de estas mismas hasta un instrumento de medida (Calderón, R. y Alzamora, 2010, p. 210). Es el análisis para realizar el estudio de la variable en términos que pueden ser verificables y

medibles, y así poder realizar el estudio mediante técnicas de información (Fernandes, 2014, p.26)

Tabla 1: Matriz de Operacionalización de la variable 1: Distribución Física Internacional.

VARIABLE: DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL					
DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA
La Distribución Física internacional es el conjunto de operaciones necesarias para desplazar la carga desde un punto de origen a un punto de destino. (Macedo, 2014)	Para poder analizar la distribución física internacional es necesario tomar en cuenta el análisis de la mercancía, la selección del transporte, costos, documentación. (MACEDO, 2014)	ANÁLISIS LA MERCANCIA	TIPO DE MERCANCIA	1-3	ORDINAL
			ARANCELES DE EXPORTACIÓN		
		TIPOS DE EMBALAJE	REQUISITOS DE UNA EXPORTACIÓN	4-6	
			TIPOS DE ENVASE		
			PIGTOGRAMAS NECESARIOS		
SELECCIÓN DE TRANSPORTE	CERTIFICADOS PARA LOS ENVASE	7-9			
	TIEMPOS DE TRASLADO				
COSTOS	TIPOS DE MODALIDADES DE TRANSPORTE	10-12			
	RIEGOS DE TRASLADO				
	COSTOS DE LOS CERTIFICADOS				
DOCUMENTACIÓN	COSTOS DE TRANSPORTE	13-15			
	COSTOS ASUMIDOS POR EL EXPORTADOS, MEDIANTE LOS INCOTERMS				
	DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN				
			CERTIFICADO DE ORIGEN		
			REQUISITOS PARA ACOGERCE AL DROWACK		

FUENTE: Elaboración propia

Tabla 2: Matriz de Operacionalización de la variable 2: Ventaja Competitiva.

VARIABLE: VENTAJA COMPETITIVA					
DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTE MS	ESCALA
La ventaja competitiva es tomar acciones ofensivas o defensivas para crear bases sólidas para el buen funcionamiento de la empresa y competir con la competencia, con la vez de hacer frente, a dificultades externas y obtener éxito (Michael Porter)	Para poder analizar la ventaja competitiva se tomará encuentra el poder de negociación de los compradores o clientes, poder de negociaciones de los proveedores o vendedores, la amenaza de nuevos competidores entrantes, amenaza de productos sustitutos y revalidad entre los competidores (Michael Porter)	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES O CLIENTES	PLAZOS DE ENTREGA ACCESO A CANALES DE DISTRIBUCIÓN VENTAJA DE COSTOS INDEPENDIENTES	16-18	ORDINAL
		PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES O VENDEDORES	VOLUMEN DE COMPRA COSTOS DE LA MATERIA PRIMA SITUACION DEL MERCADO	19-21	
		AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES ENTRANTES	DIFERENCIACIÓN DE MARCA BARRERAS LEGALES DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTO	22-24	
		AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	CALIDAD PRECIO DE PRODUCTOS CARACTERISTICAS EN EL TIPO DE PRODUCTO	25-27	
		RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES	POCA PUBLICIDAD CANTIDAD DE COMPETIDORES DIFERENTES TIPOS DE MERCANCIAS	28-30	

Fuente: Elaboración Propia

2.3 Población y muestra

2.3.1 Población

Según Hernández (2014) la población es el conjunto de individuos, propiedades o sujetos que serán sometidos a estudio, debido a que muestran una característica o propiedad en común que interesa analizar” (p.174). Para el caso de este proyecto se tomará una población finita, la cual será todos los empleados de la empresa negocios e inversiones Airin 2019.

Tabla 3: Datos de puntuales de la empresa

DATOS PUNTUALES DE LA EMPRESA	
RAZON SOCIAL	NEGOCIOS E INVERSIONES AIRIN
RUC	20547504047
GERENTE	ROBERTH MARURE ALMANZA
UBICADA	AV. ZARUMILLA NRO. 240 DPTO. 2 B URB. ZARUMILLA LIMA - SAN MARTÍN DE PORRES

Fuente: Elaboración Propia

2.3.2 Muestra

La muestra viene a hacer una pequeña parte tomada de toda población, la mínima que posee una característica particular, que viene a hacer el motivo de estudio, pero que además ha captado la atención del estudioso”. (Hernández, 2014, p.126). Apoyando con esta idea, López (1998) define a la “muestra censal: que es aquella que permite estudiar a todo el miembro de una población” (p. 123).

CRITERIOS DE SELECCIÓN.

Para el caso de este proyecto se tomará una muestra censal, por lo tanto, la muestra estará conformada por todos los trabajadores de la empresa la empresa negocios e inversiones Airin 2019, porque los miembros de la empresa no supera los 15 trabajadores incluido el personal administrativo.

Tabla 4: Distribución organización de la empresa Airin

DISTRIBUCIÓN ORGANIZACIÓN DE LA EMPRESA AIRIN	
ÁREA	CANTIDAD
ADMINISTRATIVA	1
CONTABILIDAD	1
COMERCIAL	2
ALMACÉN	6
PRODUCCIÓN	5

Fuente: Elaboración propia

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

2.4.1. Técnica

Técnica encuesta

Según Carrasco (2008) nos señala que “las técnicas son un procedimiento que guían en las acciones a repetición una de los periodos de la investigación a formalizarse, con el fin de conseguir testimonios reales que puedan ser manejados y aprovechados dentro del estudio” (p. 274).

Para el caso de este proyecto se realizará una encuesta como técnica de recaudación de información para el proyecto

Encuesta

Vidal (2004) describe a la encuesta como la búsqueda sistemática de información donde los investigadores, entidades públicas, empresas privadas, etc. Sobre los datos que se desea obtener información, datos los cuales, serán analizados para dar solución a la problemática aplicada. (p. 14)

2.4.2. Instrumento

Carrasco (2005) nos dice, el instrumento se encuentra dentro de los elementos y factores de la observación señalando que es un objeto físico o material que proporciona la obtención de respuestas al fenómeno que se está observando (p. 284).

Para poder realizar un análisis de los datos obtenidos se utilizó la escala de medición de Likert y así poder medir el nivel de conocimiento para un desarrollo óptimo de la empresa con relación a la distribución física internacional y la ventaja competitiva.

2.4.3 VALIDACIÓN

Hernández, Fernández y Baptista (2014) la validez de un instrumento se realiza para poder comprobar el grado en que el instrumento medirá estrictamente a las variables planteadas (pp. 200-201).

Para la validación el instrumento a aplicar en la empresa negocios e inversiones Airin y obtener los resultados óptimos una vez aplicado, EL instrumento será revisado y examinado por expertos en la materia que se quiere averiguar y desarrollar en la empresa, posteriormente se levantará las observaciones para tener unos instrumentos con resultados viables.

Tabla 5: Datos de expertos de Validación.

EXPERTOS	VALOR %
Mg. MALDONADO CUEVA PERCY D.	95%
Mg. MARQUEZ CAROL FERNANDO	80%
Mg. BERTA HINOSTROZA PAUL	80%

Fuente: Elaboración propia

En la tabla número 5 se puede apreciar el porcentaje obtenido por cada especialista después de examinar el instrumento.

2.4.4. CONFIABILIDAD

Para analizar la confiabilidad de los instrumentos, se utilizará el programa SPSS, con la finalidad de saber si el instrumento aplicado es fiable basado al Alfa de Cronbach, Teniendo en cuenta a Hernández, Fernández y Baptista (2014) manifiestan que la confiabilidad viene hacer el grado en que el instrumento se aplica y genera resultados estables y congruentes (p. 200).

Tabla 6: Tabla de medición de coeficiente de Alfa de Cronbach

Coeficiente de Confiabilidad	
Valores	Interpretación
0.25	Baja confiabilidad
0.50	Media confiabilidad
0.75	Aceptable confiabilidad
0.90	Alta confiabilidad

Fuente: Hernández, Fernández y Baptista, 2010

La tabla número 6 se utilizará para demostrar y medir si el instrumento a aplicar es perfecto o es nula, en la tabla se puede apreciar si el resultado después de aplicar el coeficiente de Cronbach se aproxima a uno el resultado es favorable y si el resultado se aleja a 1 el instrumento a utilizar será inaceptable.

Tabla 7: Alfa de Cronbach de la variable 1: Distribución Física Internacional.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,858	15

Fuente: Software SPSS Versión 25.0

Después de aplicar el alfa de Cronbach en el instrumento de la primera variable, Distribución física internacional se puede apreciar en la tabla 7, el resultado obtenido fue de 0.858 y de acuerdo al Alfa de Cronbach el instrumento a utilizar tiene una aceptable confiabilidad, según a la tabla número 6.

Tabla 8: Alfa de Cronbach de la variable 2: Ventaja Competitiva.

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,834	15

Fuente: Software SPSS Versión 25.0

De acuerdo a la tabla 8, la estadística de fiabilidad de la variable 2, Gestión logística, nos arroja un resultado de 0.833 y según el Alfa de Cronbach este resultado es aceptable confiabilidad. Esto quiere decir que es fiable.

2.5 Métodos de análisis de datos

El análisis de datos será mediante el programa SPSS en el cual se volcará los datos obtenidos después de haberse realizado la encuesta, que se fue validados por expertos en el tema. La información obtenida se realizó mediante la escala Likert, el cual facilita su análisis mediante el programa SPSS Versión 24.0, para obtener la confiabilidad del instrumento y el coeficiente del Alfa de Cronbach determinando la viabilidad del proyecto.

2.6 Aspectos éticos

Durante el desarrollo de este proyecto de investigación, se mostró honestidad al momento de la recopilación de los datos, procesamiento de datos y en los resultados que se obtuvo, asimismo se mostró respeto por la propiedad intelectual, reconociendo a los verdaderos autores.

III. RESULTADOS

3.1. Análisis descriptivo Univariado.

31.1. Análisis de la primera variable – Distribución física internacional

Tabla 9: Análisis Descriptivo de la variable Distribución Física internacional.

	NIVEL	Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	2	13,3
	REGULAR	4	26,7
	ALTO	9	60,0
	Total	15	100,0

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

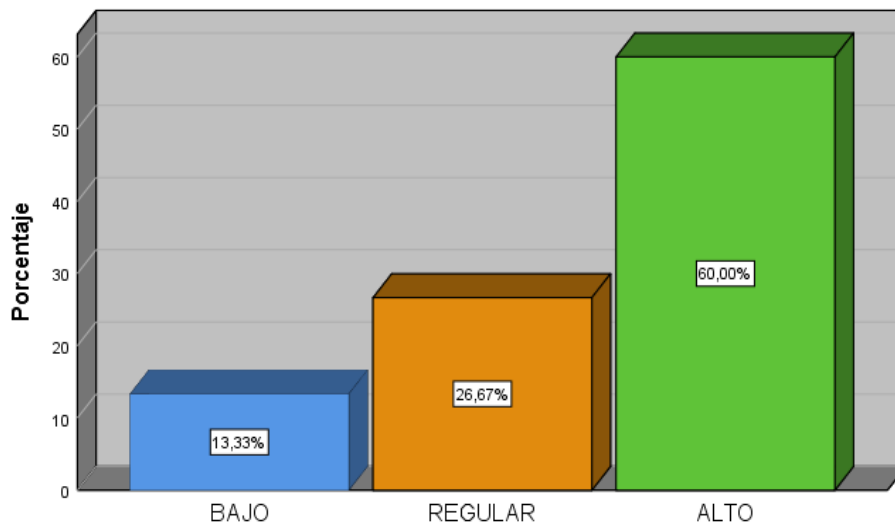


Figura 1: Distribución Física internacional

En la tabla se puede apreciar que el 13.3% de los trabajadores de la empresa negociación e inversiones AIRIN después de contestar su encuesta obtuvieron un puntaje mínimo el cual los coloco en el nivel bajo, el 26,7% de los trabajadores de la empresa su puntaje obtenido dispuesto de contestar la encuesta y analizarlos por el SPSS, los coloco en el rango de regular y el 60.00% de los trabajadores restantes de la empresa obtuvieron un puntaje el cual los coloco en el rango de alto.

3.1.2. Análisis de la segunda variable – Ventaja Competitiva

Tabla 10: Análisis Descriptivo de la variable Ventaja Competitiva

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	4	26,7
	REGULAR	5	33,3
	ALTO	6	40,0
	Total	15	100,0

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

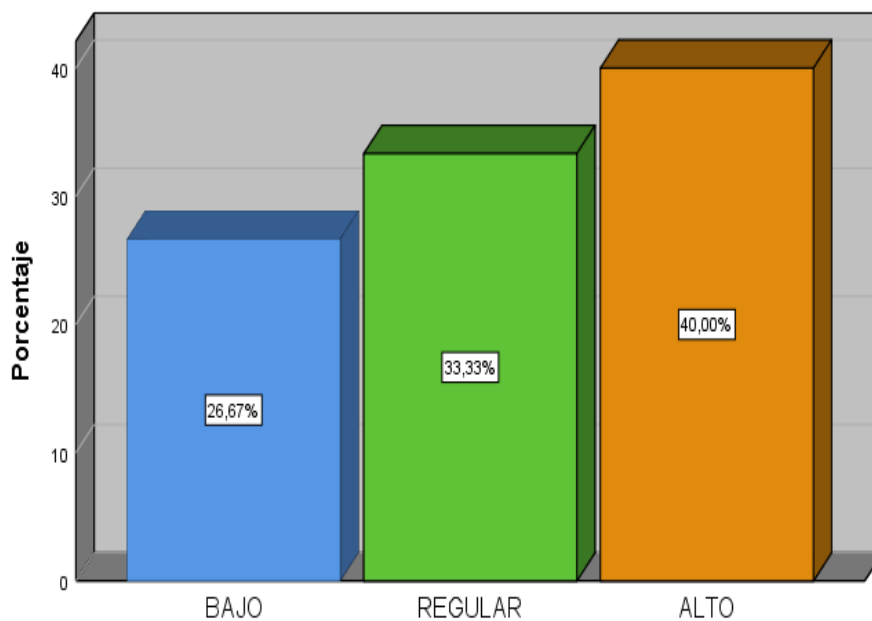


Figura 2: Ventaja Competitiva.

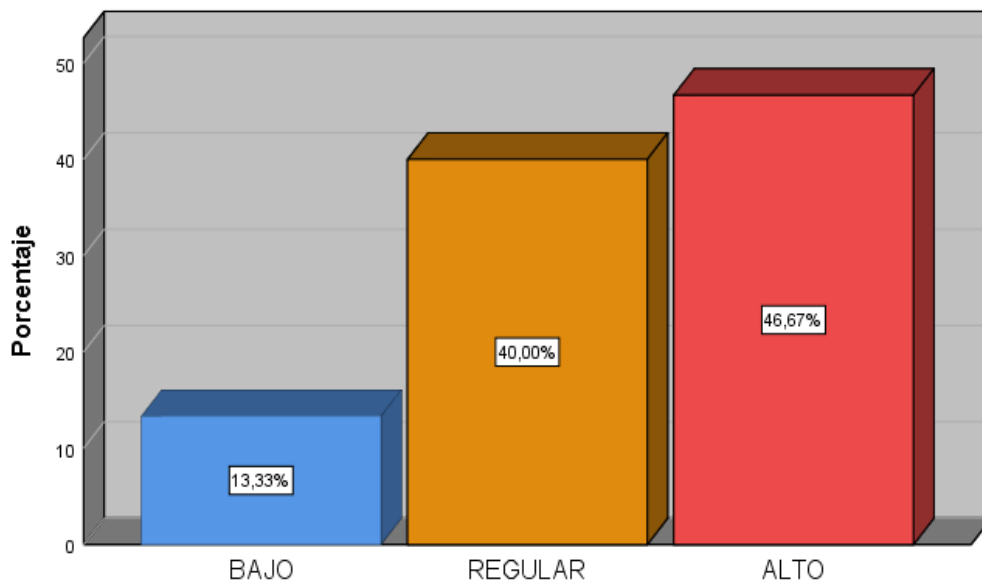
En la tabla se muestra que 4 trabajadores quien representa el 26.7% del total de los trabajadores de la empresa Negociaciones e inversiones Airin, quienes obtuvieron un puntaje que los coloco en el rango bajo, 5 trabajadores quienes representan el 33.3% del total de los trabajadores quienes obtuvieron el puntaje que los coloco en el rango de regular y el 40% de los trabajadores quienes obtuvieron el un puntaje que les permitió colocarse en el puntaje alto

d). Análisis de las Dimensiones poder de negociación de los compradores o clientes

Tabla 11: Análisis Descriptivo de la Dimensión El poder de negociación de los compradores o clientes

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	2	13,3
	REGULAR	6	40,0
	ALTO	7	46,7
	Total	15	100,0

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin



En la tabla se puede apreciar que solo dos trabajadores quienes representan el 13.3% de los trabajadores totales de la empresa obtuvieron un puntaje que les hizo que se coloquen en el rango de bajo, el 40.00% de los trabajadores quienes numéricamente son 6 trabajadores después de contestar los ítems de la primera variable se colocaron en el rango regular, finalmente el 46.7% de los trabajadores de la empresa Negociaciones e inversiones Airin obtuvieron un puntaje que les permitió colocarse en un rango alto

e). Análisis de las Dimensiones poder de negociación de los proveedores o vendedores

Tabla 12: Análisis Descriptivo de la Dimensión: Poder de negociación de los proveedores o vendedores

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	3	20,0
	REGULAR	5	33,3
	ALTO	7	46,7
	Total	15	100,0

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

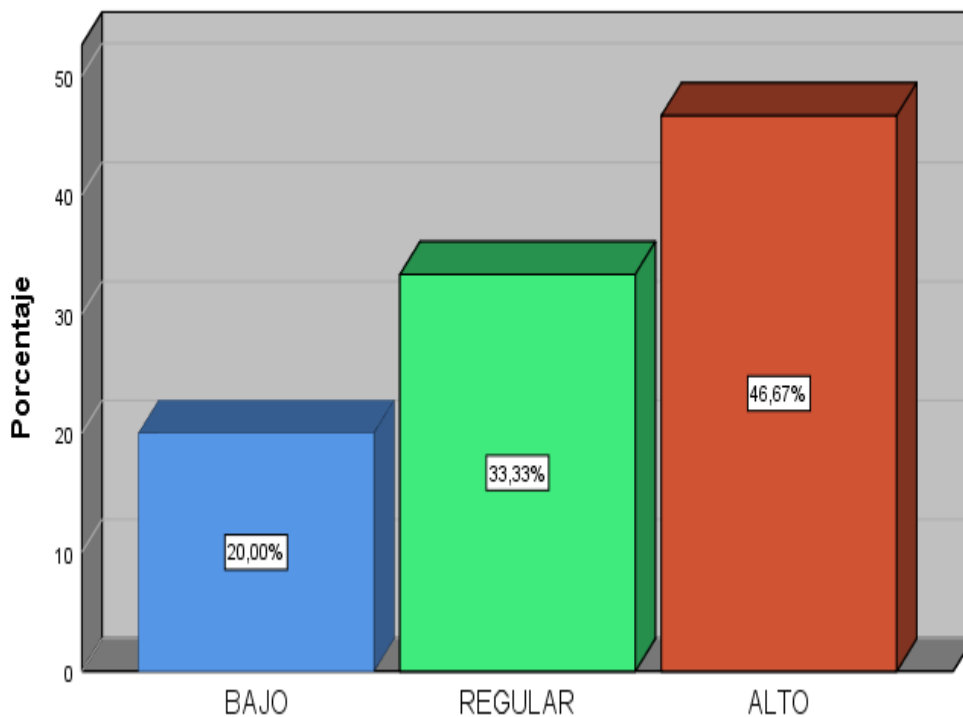


Figura 3: Poder de negociación de los proveedores o vendedores

En la tabla se puede apreciar que el 46.7 % de los trabajadores de la empresa Negociaciones e inversiones Airin después de marcar y tener sus encuestas obtuvieron un nivel de alto, seguidamente 5 de los trabajadores de la empresa negociaciones e inversiones Airin quienes representan el 33.3% obtuvieron un puntaje que les permitió colocarse en el rango de nivel regular y finalmente tres trabajadores 3 que son el 20% de los trabajadores de la empresa obtuvieron un puntaje bajo.

f). Análisis de las Dimensiones: Amenaza de nuevos competidores entrantes

Tabla 13: Análisis Descriptivo de la Dimensión: Amenaza de nuevos competidores entrantes

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	2	13,3
	REGULAR	4	26,7
	ALTO	9	60,0
	Total	15	100,0

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

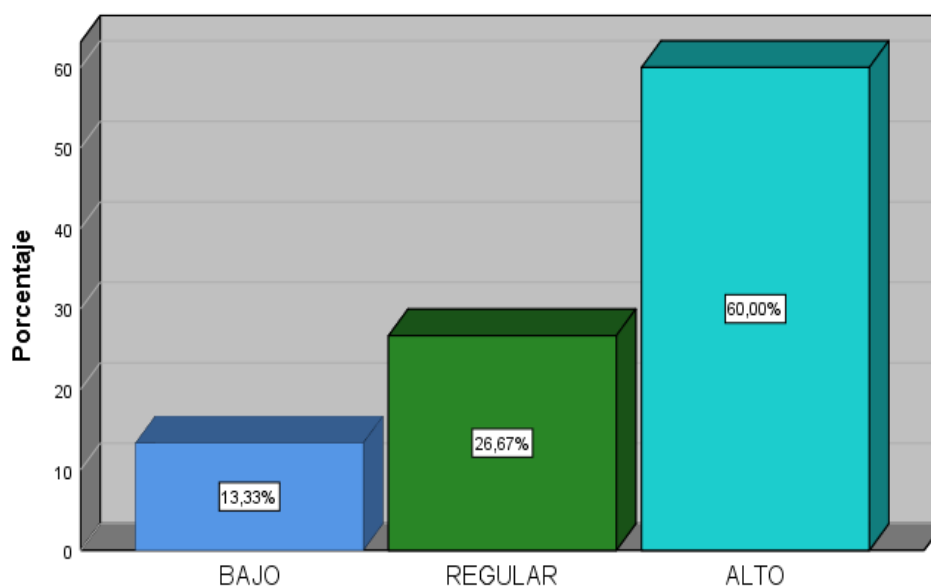


Figura 4: Amenaza de nuevos competidores entrantes

En el gráfico se puede apreciar que el 13.3 % de los trabajadores de la empresa Negociación e inversiones Airin obtuvieron un puntaje el cual los colocó en nivel bajo según el rango aplicado en el análisis de datos, cuatro de los trabajadores quienes son el 26.70% de los trabajadores después de analizar sus encuestas obtuvieron un puntaje de nivel regular y por último el 60% de los trabajadores se colocaron el nivel alto después de analizar los resultados obtenidos.

g). Análisis de las Dimensiones: Amenaza de productos sustitutos

Tabla 14: Análisis Descriptivo de la Dimensión: Amenaza de productos sustitutos

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	5	33,3
	REGULAR	2	13,3
	ALTO	8	53,3
	Total	15	100,0

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

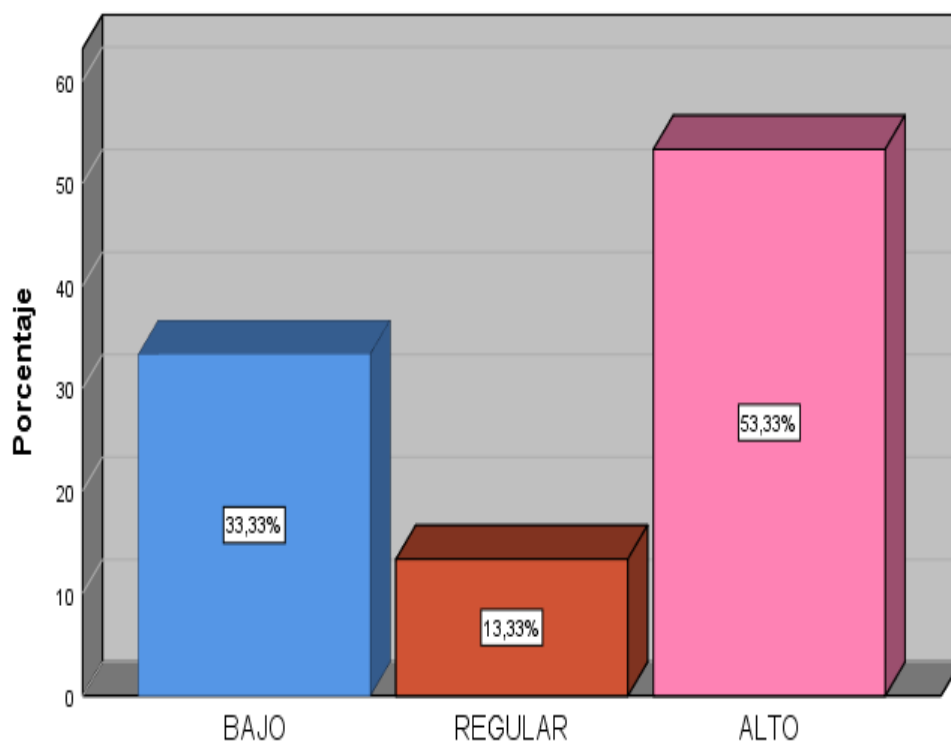


Figura 5: Amenaza de productos sustitutos

En la tabla el 53.3% de los trabajadores de la empresa Airin obtuvieron un puntaje que los colocó como nivel de rango alto, posteriormente solo dos trabajadores que porcentualmente son el 13.3 % de los trabajadores se colocaron en el nivel de rango regular y por último el 33.3% de los trabajadores después de procesar sus respuestas por el programa spss se obtuvieron un puntaje que los colocó en el nivel bajo de acuerdo al nivel de rangos

f). Análisis de las Dimensiones: Rivalidad entre los competidores

Tabla 15: Análisis Descriptivo de la Dimensión: Rivalidad entre los competidores

		Frecuencia	Porcentaje
Válido	BAJO	2	13,3
	REGULAR	3	20,0
	ALTO	10	66,7
	Total	15	100,0

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

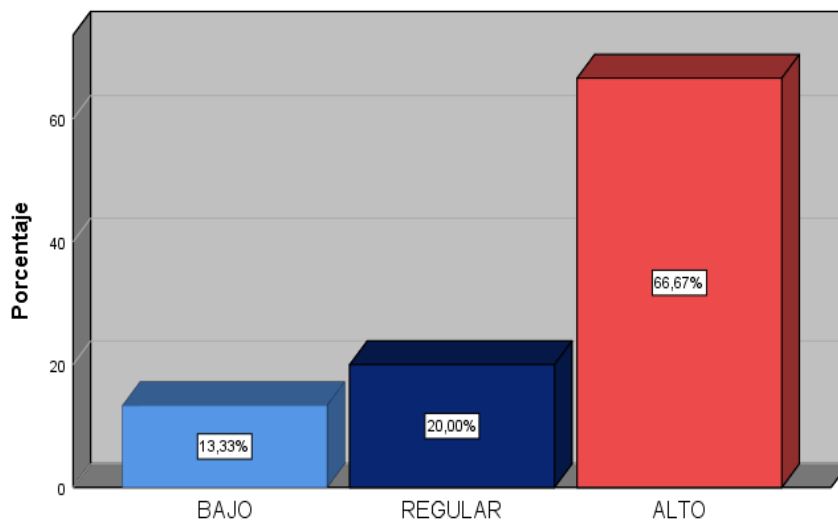


Figura 6: Rivalidad entre los competidores

En la tabla se puede apreciar que solo el 13.3 % de los trabajadores de la empresa negociación e inversiones Airi obtuvieron un puntaje los cuales los colocaron en el nivel bajo según los rangos, seguidamente de esta el 20% de los trabajadores de la empresa después de interpretar sus respuestas medir con el rango de niveles, obtuvieron el rango de regular y por último el 66.7% de los trabajadores obtuvieron el rango alto.

3.2. Análisis descriptivo Bivariado

3.2.1. Análisis descriptivo entre Distribución Física internacional y Ventaja Competitiva

Tabla 16: Análisis entre Distribución Física Internacional y ventaja Competitiva

		VENTAJA COMPETITIVA (Agrupada)			Total	
		BAJO	REGULAR	ALTO		
DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL (Agrupada)	BAJO	Recuento	2	0	0	2
		% del total	13,3%	0,0%	0,0%	13,3%
	REGULAR	Recuento	1	2	1	4
		% del total	6,7%	13,3%	6,7%	26,7%
	ALTO	Recuento	1	3	5	9
		% del total	6,7%	20,0%	33,3%	60,0%
Total		Recuento	4	5	6	15
		% del total	26,7%	33,3%	40,0%	100,0%

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

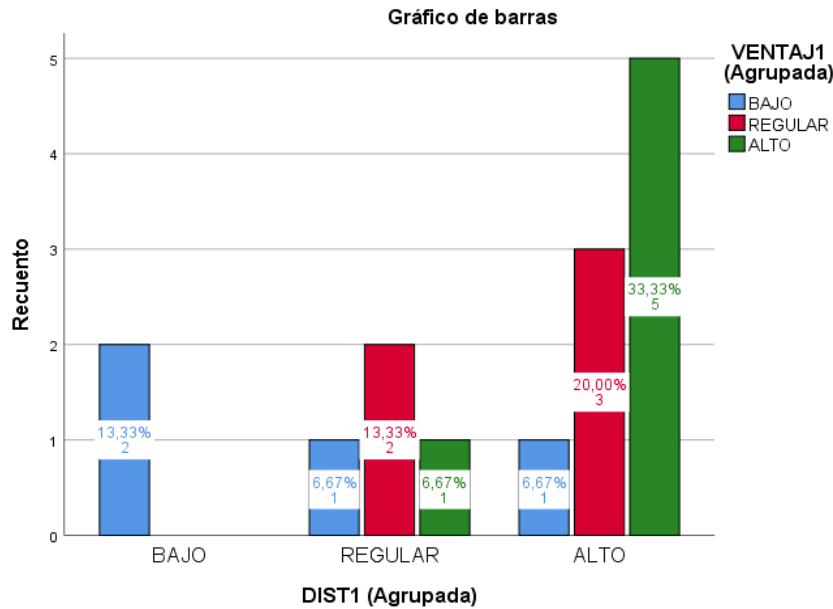


Figura 7: Grafica de barras del Análisis entre Distribución Física Internacional y ventaja Competitiva

Como se puede apreciar la tabla n° 16 y el las gráficas de barras, que 13.3 % del total del grupo de la empresa Negociación e inversiones Airin, presentan un nivel bajo, el 26.7 % de los trabajadores encuestados tienen un nivel de regular y el 60 % restante de los trabajadores

obtuvieron el rango de alto, de esto se puede inferir que la distribución física internacional y la ventaja competitiva tienen una tendencia alta.

3.2.2. Análisis descriptivo entre distribución física internacional y poder de negociación de los compradores o clientes.

Tabla 17: Análisis entre Distribución Física Internacional y poder de negociación de los compradores o clientes.

Análisis entre Distribución Física Internacional y poder de negociación de los compradores o clientes

		Poder de negociación de los compradores o clientes (Agrupada)			Total	
		BAJO	REGULAR	ALTO		
DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL (Agrupada)	BAJO	Recuento	1	1	0	2
		% del total	6,7%	6,7%	0,0%	13,3%
	REGULAR	Recuento	1	2	1	4
		% del total	6,7%	13,3%	6,7%	26,7%
	ALTO	Recuento	0	3	6	9
		% del total	0,0%	20,0%	40,0%	60,0%
Total		Recuento	2	6	7	15
		% del total	13,3%	40,0%	46,7%	100,0%

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

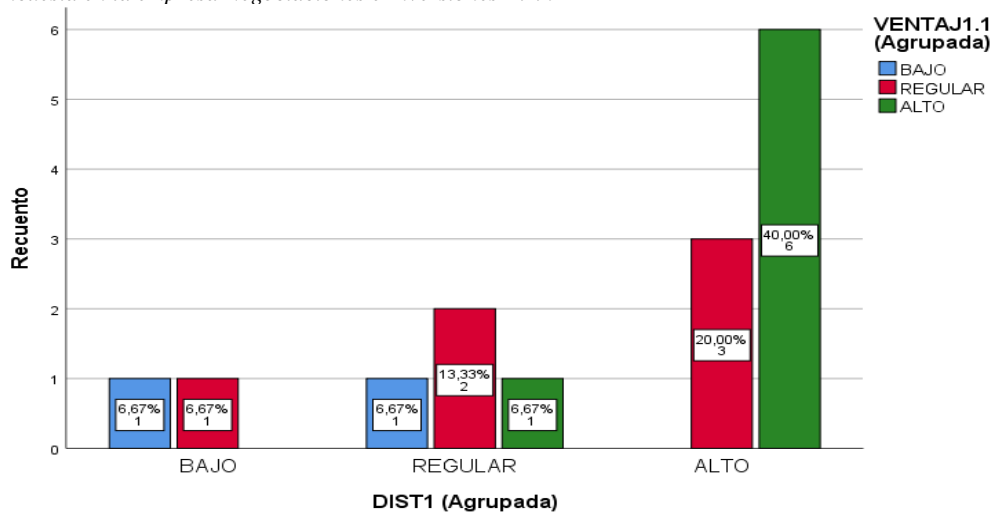


Figura 8: Gráfica de barras del Análisis entre Distribución Física Internacional y poder de negociación de los compradores o clientes

Como se puede apreciar en la tabla n°17 e interpretar en la gráfica. Que un grupo de los trabajadores de la empresa que representa un 60% de los trabajadores tienen un rango de alto, y el 26.7% de trabajadores tienen el rango de regular y el 13.3% restante de trabajadores

tienen el rango de bajo, de los resultados obtenidos se puede concluir que entre la Distribución Física Internacional y Poder de negociación de los compradores o clientes.

3.2.3. Análisis descriptivo entre distribución física internacional y poder de negociación de los proveedores o vendedores

Tabla 18: Análisis entre Distribución Física Internacional y poder de negociación de los proveedores o vendedores

Análisis entre Distribución Física Internacional y poder de negociación de los proveedores o vendedores

			Dimensión (Agrupada)			Total
			BAJO	REGULAR	ALTO	
DISTRIBUCION FISICA INTERNACIONAL (Agrupada)	BAJO	Recuento	2	0	0	2
		% del total	13,3%	0,0%	0,0%	13,3%
	REGULAR	Recuento	0	3	1	4
		% del total	0,0%	20,0%	6,7%	26,7%
	ALTO	Recuento	1	2	6	9
		% del total	6,7%	13,3%	40,0%	60,0%
Total		Recuento	3	5	7	15
		% del total	20,0%	33,3%	46,7%	100,0%

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

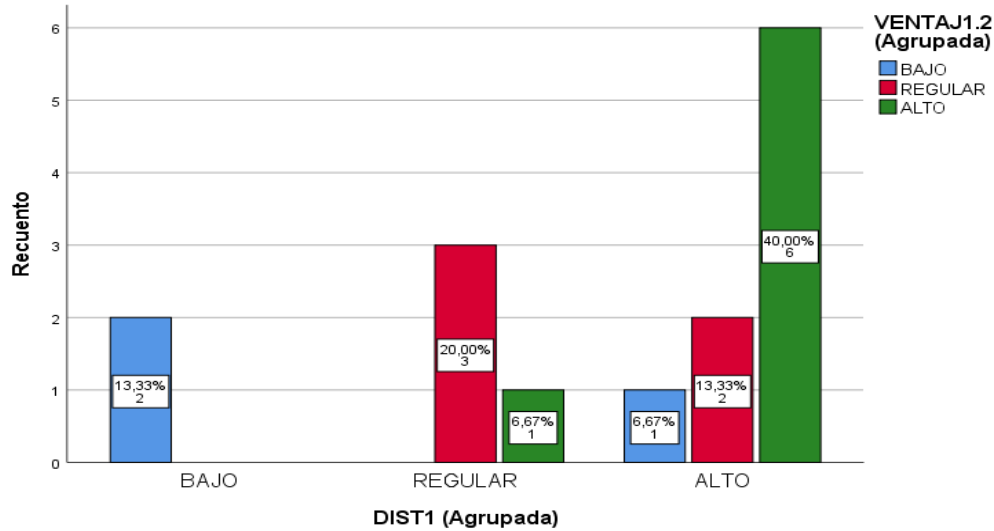


Figura 9: Grafica de barras del Análisis entre Distribución Física Internacional y poder de negociación de los proveedores o vendedores

Como se puede apreciar en la tabla nº18 y figura 9 se interpretar. Que un grupo de los trabajadores de la empresa que representa un 60% de los trabajadores tienen un rango de alto, y el 26.7% de trabajadores tienen el rango de regular y el 13.3% restante de trabajadores

tienen el rango de bajo, de los resultados obtenidos se puede concluir que entre la Distribución Física Internacional y poder de negociación de los proveedores o vendedores.

3.2.4. Análisis descriptivo entre distribución física internacional y Amenaza de nuevos competidores entrantes.

Tabla 19: Análisis entre Distribución Física Internacional y Amenaza de nuevos competidores entrantes.

Análisis entre Distribución Física Internacional y Amenaza de nuevos competidores entrantes

		Amenaza de nuevos competidores entrantes (Agrupada)			Total	
		BAJO	REGULAR	ALTO		
DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL (Agrupada)	BAJO	Recuento	1	0	1	2
		% del total	6,7%	0,0%	6,7%	13,3%
	REGULAR	Recuento	1	2	1	4
		% del total	6,7%	13,3%	6,7%	26,7%
	ALTO	Recuento	0	2	7	9
		% del total	0,0%	13,3%	46,7%	60,0%
Total		Recuento	2	4	9	15
		% del total	13,3%	26,7%	60,0%	100,0%

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

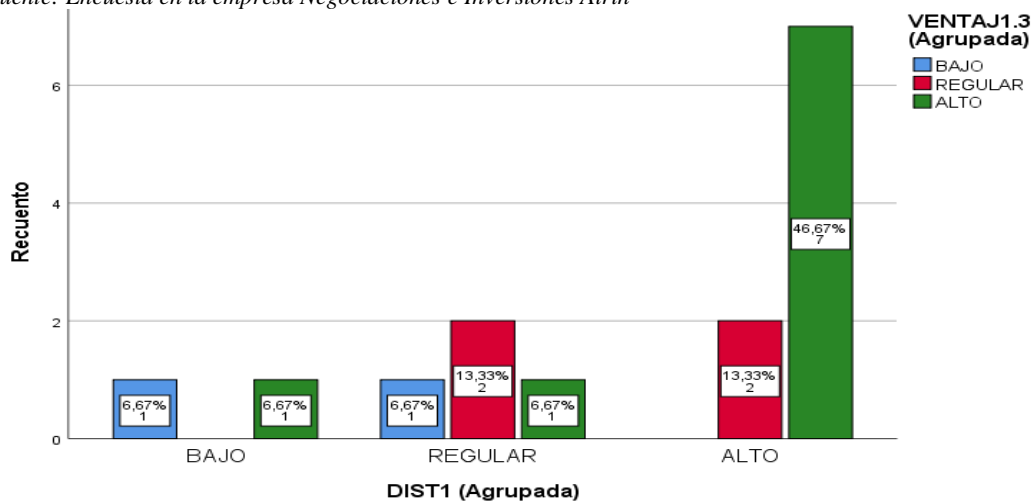


Figura 10: Gráfica de barras del Análisis entre Distribución Física Internacional y Amenaza de nuevos competidores entrantes.

Como se puede apreciar en la tabla nº19 e interpretar en la gráfica. Que un grupo de los trabajadores de la empresa que representa un 60% de los trabajadores tienen un rango de alto, y el 26.7% de trabajadores tienen el rango de regular y el 13.3% restante de trabajadores

tienen el rango de bajo, de los resultados obtenidos se puede concluir que entre la Distribución Física Internacional y Amenaza de nuevos competidores entrantes.

3.2.5. Análisis descriptivo entre distribución física internacional y amenaza de productos sustitutos

Tabla 20: Análisis entre Distribución Física Internacional y amenaza de productos sustitutos

		Amenaza de productos sustitutos (Agrupada)			Total	
		BAJO	REGULAR	ALTO		
Distribución física internacional (Agrupada)	BAJO	Recuento	2	0	0	2
		% del total	13,3%	0,0%	0,0%	13,3%
	REGULAR	Recuento	2	0	2	4
		% del total	13,3%	0,0%	13,3%	26,7%
	ALTO	Recuento	1	2	6	9
		% del total	6,7%	13,3%	40,0%	60,0%
Total		Recuento	5	2	8	15
		% del total	33,3%	13,3%	53,3%	100,0%

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

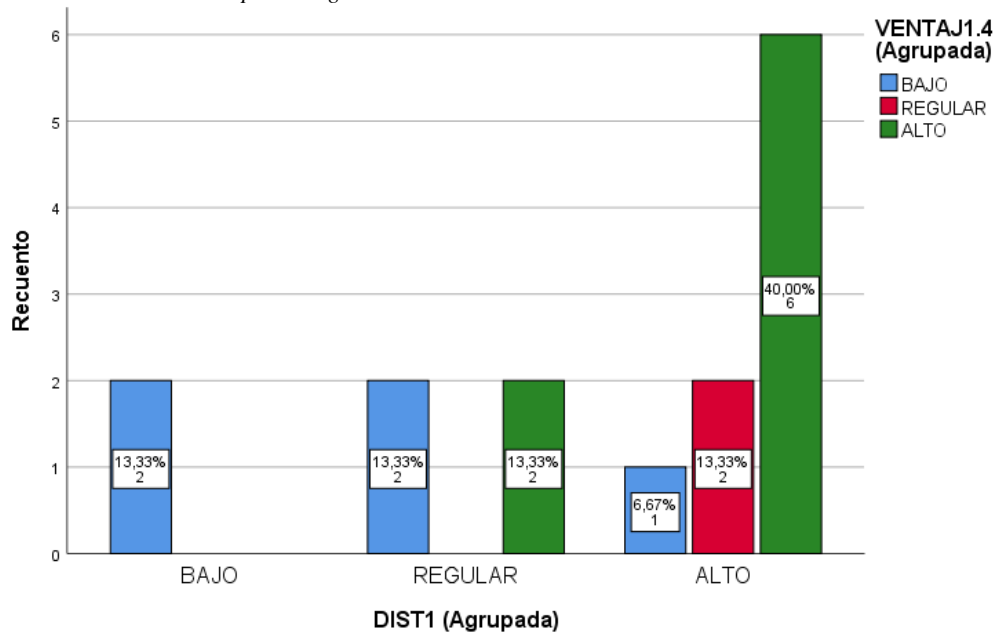


Figura 11: Gráfica de barras del Análisis entre Distribución Física Internacional y amenaza de productos sustitutos

Como se puede apreciar en la tabla n°20 e interpretar en la gráfica. Que un grupo de los trabajadores de la empresa que representa un 60% de los trabajadores tienen un rango de alto, y el 26.7% de trabajadores tienen el rango de regular y el 13.3% restante de trabajadores

tienen el rango de bajo, de los resultados obtenidos se puede concluir que entre la Distribución Física Internacional y amenaza de productos sustitutos.

3.2.6. Análisis descriptivo entre distribución física internacional y Rivalidad entre los competidores

Tabla 21: Análisis entre Distribución Física Internacional y Rivalidad entre los competidores

			Rivalidad entre los competidores (Agrupada)			Total
			BAJO	REGULAR	ALTO	
DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL (Agrupada)	BAJO	Recuento	1	0	1	2
		% del total	6,7%	0,0%	6,7%	13,3%
	REGULAR	Recuento	1	2	1	4
		% del total	6,7%	13,3%	6,7%	26,7%
	ALTO	Recuento	0	1	8	9
		% del total	0,0%	6,7%	53,3%	60,0%
Total		Recuento	2	3	10	15
		% del total	13,3%	20,0%	66,7%	100,0%

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

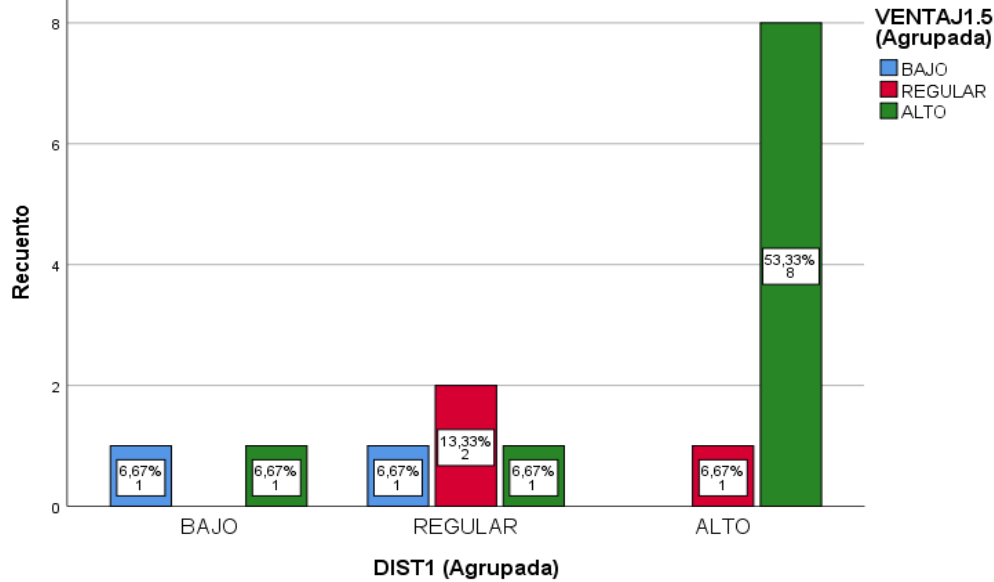


Figura 12: Gráfica de barras del Análisis entre Distribución Física Internacional y Rivalidad entre los competidores

Como se puede apreciar en la tabla n°21 e interpretar en la gráfica. Que un grupo de los trabajadores de la empresa que representa un 60% de los trabajadores tienen un rango de alto, y el 26.7% de trabajadores tienen el rango de regular y el 13.3% restante de trabajadores

tienen el rango de bajo, de los resultados obtenidos se puede concluir que entre la Distribución Física Internacional y Rivalidad entre los competidores.

3.3. Análisis inferencial

3.3.1. Hipótesis general

H1: La distribución física internacional se relaciona significativamente con la ventaja competitiva de la empresa negocios e inversiones Airin 2019

H0: La distribución física internacional NO se relaciona significativamente con la ventaja competitiva de la empresa negocios e inversiones Airin 2019

Tabla 22: Correlacional entre la Distribución Física Internacional y Ventaja Competitiva.

			Distribución física internacional (Agrupada)	Ventaja competitiva (Agrupada)
Rho de Spearman	Distribución física internacional (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1,000	,538*
		Sig. (bilateral)	.	,038
		N	15	15
	Ventaja competitiva (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,538*	1,000
		Sig. (bilateral)	,038	.
		N	15	15

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

De los resultados obtenidos se puede apreciar en la tabla N° 16 se presentan los estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman 0.038 significa que existe una modera relación positiva entre la variables distribución física internacional con la ventaja competitiva, frente al (grado de significación estadística) $p < 0.05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternar específica, existe relación directa y significativa

3.2.2. HIPÓTESIS ESPECÍFICAS

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1

H1: La distribución física internacional se relaciona significativamente con el poder de negociación de los compradores o clientes de la empresa negocios e inversiones Airin 2019

H0: La distribución física internacional NO se relaciona significativamente con el poder de negociación de los compradores o clientes de la empresa negocios e inversiones Airin 2019

Tabla 23: Correlación entre Distribución física internacional y El poder de negociaciones de los clientes

Distribución física internacional y El poder de negociaciones de los clientes

			Distribución física internacional (Agrupada)	Poder de negociaciones de los clientes (Agrupada)
Rho de Spearman	Distribución física internacional (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,599*
		Sig. (bilateral)	.	,018
		N	15	15
	Poder de negociaciones de los clientes (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,599*	1,000
		Sig. (bilateral)	,018	.
		N	15	15

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

De los resultados obtenidos se puede apreciar en la tabla N° 17 se presentan los estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman 0.018 significa que existe una modera relación positiva entre la variables distribución física internacional con la dimensión de la segunda variable que es el poder de negociaciones de los clientes, frente al (grado de significación estadística) $p < 0.05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternar específica, existe relación directa y significativa.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2

H1: La distribución física internacional se relaciona significativamente con el poder de negociación de los proveedores o vendedores de la empresa negocios e inversiones Airin 2019

H0: La distribución física internacional NO se relaciona significativamente con el poder de negociación de los proveedores o vendedores de la empresa negocios e inversiones Airin 2019

Tabla 24: Correlación entre Distribución física internacional y Poder de negociación de los proveedores o vendedores

			Distribución física internacional (Agrupada)	Poder de negociación de los proveedores o vendedores (Agrupada)
Rho de Spearman	Distribución física internacional (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1,000	,560*
		Sig. (bilateral)	.	,030
		N	15	15
	Poder de negociación de los proveedores o vendedores (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,560*	1,000
		Sig. (bilateral)	,030	.
		N	15	15

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

De los resultados obtenidos se puede apreciar en la tabla N° 18 se presentan los estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman 0.030 significa que existe una modera relación positiva entre la variables distribución física internacional y poder de negociación de los proveedores o vendedores de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, frente al (grado de significación estadística) $p < 0.05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternar específica, existe relación directa y significativa

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3

H1: La distribución física internacional se relaciona significativamente con la amenaza de nuevos competidores entrante de la empresa negocios e inversiones Airin 2019

H0: La distribución física internacional no se relaciona significativamente con la amenaza de nuevos competidores entrante de la empresa negocios e inversiones Airin 2019

Tabla 25: correlación Distribución física internacional y amenaza de nuevos competidores entrante

Distribución física internacional y Amenaza de nuevos competidores entrante			Distribución física internacional (Agrupada)	Amenaza de nuevos competidores entrante (Agrupada)
Rho de Spearman	Distribución física internacional (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1,000	,473
		Sig. (bilateral)	.	,075
		N	15	15
	Amenaza de nuevos competidores entrante (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,473	1,000
		Sig. (bilateral)	,075	.
		N	15	15

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

De los resultados obtenidos se puede apreciar en la tabla N° 19 se presentan los estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman 0.075 lo que significa que no existe una modera relación positiva entre la variables distribución física internacional y amenaza de nuevos competidores entrante de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, frente al (grado de significación estadística) $p < 0.05$, por lo que rechazamos la hipótesis alterna y aceptamos la hipótesis nula.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 4

H1: La distribución física internacional se relaciona significativamente con la amenaza de productos sustitutos de la empresa negocios e inversiones Airin 2019

H0: La distribución física internacional NO se relaciona significativamente con la amenaza de productos sustitutos de la empresa negocios e inversiones Airin 2019

Tabla 26: correlación entre Distribución física internacional y La amenaza de productos sustitutos

Distribución física internacional y La amenaza de productos sustitutos			Distribución física internacional (Agrupada)	La amenaza de productos sustitutos (Agrupada)
Rho de Spearman	Distribución física internacional (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1,000	,518*
		Sig. (bilateral)	.	,048
		N	15	15
	La amenaza de productos sustitutos (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,518*	1,000
		Sig. (bilateral)	,048	.
		N	15	15

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Encuesta en la empresa Negociaciones e Inversiones Airin

De los resultados obtenidos se puede apreciar en la tabla N° 20 se presentan los estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman 0.048 significa que existe una modera relación positiva entre la variables distribución física internacional y la amenaza de productos sustitutos de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, frente al (grado de significación estadística) $p < 0.05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternar específica.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 5

H1: La distribución física internacional se relaciona significativamente con la rivalidad entre los competidores de la empresa negocios e inversiones Airin 2019

H0: La distribución física internacional NO se relaciona significativamente con la rivalidad entre los competidores de la empresa negocios e inversiones Airin 2019

Tabla 27: correlación entre Distribución física internacional y La rivalidad entre los competidores

Distribución física internacional y La rivalidad entre los competidores

			Distribución física internacional (Agrupada)	La rivalidad entre los competidores (Agrupada)
Rho de Spearman	Distribución física internacional (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,567*
		Sig. (bilateral)	.	,027
		N	15	15
	La rivalidad entre los competidores (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,567*	1,000
		Sig. (bilateral)	,027	.
		N	15	15

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

De los resultados obtenidos se puede apreciar en la tabla N° 21 se presentan los estadísticos en cuanto al grado de correlación entre las variables determinada por el Rho de Spearman 0.048 significa que existe una modera relación positiva entre la variables distribución física internacional y la rivalidad entre los competidores de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, frente al (grado de significación estadística) $p < 0.05$, por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alternar específica.

IV. Discusión

4.1. Discusión de Resultados

En el presente trabajo de investigación, se realizó un análisis de tipo descriptivo para ver cómo se desarrolla la distribución física internacional y la ventaja competitiva de la empresa Negociaciones e inversiones Airin 2019

Para realizar este estudio se procedió a realizar un análisis de las variables, basado a los resultados obtenidos de la empresa negociaciones e inversiones Airin, para poder medir la correlación de las dos variables y la correlación de las dimensiones y poner a examinar si la distribución física internacional se relaciona con la ventaja competitiva, además de verificar si las hipótesis planteadas en el proyecto de estudio son correctas.

HIPÓTESIS GENERAL

A partir de los resultados obtenidos, aceptamos la hipótesis alterna general la cual establece que los resultados mostraron que la distribución física internacional y la ventaja competitiva existe una relación entre sí de manera significativa, porque arroja un nivel de correlación de 0.538 el cual si está más cerca a uno la correlación es significativa y también se puede comprobar con el nivel de significancia es de 0.38 el cual se puede interpretar que si es menor de 0.05 el nivel de relación es alta.

Estos resultados guardan relación con la investigación realizada por Palacios, (2016) titulada Distribución física internacional en las empresas exportadoras de café de Chanchamayo, El resultado obtenido fue que las empresas exportadoras de café, poseen poca eficiencia en sus procesos de DFI y lo cual no les permite ser competitivo al resto de las empresas. De lo cual se puede interpretar que la falta de aprovechar las fortalezas de la empresa para poder ser competitivo afectan al desarrollo de la distribución física internacional y a la vez a todo el desarrollo a toda la producción.

De estos dos proyectos de investigación se puede rescatar que aprovechar y realizar un trabajo de investigación constante del desarrollo de las distintas áreas de la empresa tanto internas y externas, permite ser más competitivo que las demás empresas que se dedican al mismo rubro ya que se aprovecharía del desarrollo de la tecnología para

mejorar de la producción, satisfacer las necesidades de proveedores y entre otros puntos que se mencionan en el capítulo segundo.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1 Y 2

En cuando la primera hipotesis especifica los resultados obtenidos después de realizar el análisis de Spearman se obtuvo un resultado de correlación de 0.599 el cual se aproxima a uno, del cual se infiere que la correlación es significativa y el nivel de significancia bilateral tubo un resultado de 0.018, la cual hace que la hipotesis alterna se escogida, la cual afirma que si existe una relación moderada entre la distribución física internacional y poder de negociación de los compradores o clientes a la vez de realizar un análisis descriptivo de frecuencia se puede apreciar que solo 2 trabajadores quienes representan el 13.3% de los trabajadores totales de la empresa obtuvieron un puntaje que les hizo que se coloquen en el rango de bajo, el 40.00% de los trabajadores quienes numéricamente son 6 trabajadores después de contestar los ítems de la primera variable se colocaron en el rango regular, finalmente el 46.7% de los trabajadores de la empresa Negociaciones e inversiones Airin obtuvieron un puntaje que les permitió colocarse en un rango alto.

En la tabla número 18. se puede apreciar que los resultados obtenidos después de aplicar el Spearman hacen que elija la segunda hipotesis especifica alterna la cual afirma que existe una relación positiva entre la Distribución física internacional y Poder de negociación de los proveedores o vendedores, ya que el nivel de correlación obtenía fue de 0.560, y un nivel de significancia bilateral de 0.030. A la vez se realizó un análisis descriptivo en el cual se obtuvo se puede apreciar que el 46.7 % de los trabajadores de la empresa Negociaciones e inversiones Airin después de, marcar y tener sus encuesta obtuvieron un nivel de alto, seguidamente 5 de los trabajadores de la empresa negociaciones e inversiones Airin quienes representan el 33.3% obtuvieron un puntaje que les permitió colocarse en el rango de nivel regular y finalmente tres trabajadores 3 que son el 20% de los trabadores de la empresa obtuvieron un puntaje bajo.

Los resultados obtenidos concuerdan de la primera y segunda hipótesis con la investigación realizada por Salas (2015) cuya tesis titulada es La exportación de palta Hass al mercado de Italia. El resultado obtenido fue que existe una creciente demanda e interés por el producto según los datos ofrecidos y recolectados de la empresa, pero aún no existen las condiciones logísticas necesarias para lograr que la palta importada tenga un precio accesible en el mercado italiano. De esto se puede interpretar que mantener una comunicación y planes estratégicos con los clientes y proveedores para evitar cualquier problema que se presenta y así poder ser competitivo con la competencia, contando con planes que eviten demoras en la producción, como un mal abastecimiento y eso a la vez a la demora de la producción y por consecuencia una insatisfacción de los clientes.

HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3, 4 Y 5

Según los resultados obtenidos en la tabla número 19 la tercera hipótesis a elegir es la hipótesis nula porque el nivel de significancia es mayor a 0.05 el cual no está en el rango de entre 1 al 0.05 para que se elija la hipótesis alterna, la cual nos dice que la distribución física internacional no está significativamente relacionada con la amenaza de los nuevos competidores entrantes, al realizar el análisis descriptivo se obtuvo que el 13.3 % de los trabajadores de la empresa Negociación e inversiones Airin obtuvieron un puntaje el cual los colocó en nivel bajo según el rango aplicado en el análisis de datos, cuatro de los trabajadores quienes son el 26.70% de los trabajadores después de analizar sus encuestas obtuvieron un puntaje de nivel regular y por último el 60% de los trabajadores se colocaron el nivel alto después de analizar los resultados obtenidos

Los resultados obtenidos para el caso del planteamiento de la cuarta hipótesis, se toma como válida el planteamiento de la hipótesis alternativa la cual nos dice que la relación entre la distribución física internacional y amenaza de productos sustitutos es positiva, los resultados obtenidos en el nivel de correlación de 0.518 el cual es un puntaje próximo a uno y en el grado de significancia se obtuvo un nivel de 0.048 el cual es menor que 0.05, la cual valida el grado de relación, a la vez se realizó un análisis descriptivo en la cual el 53.3% de los trabajadores de la empresa Airin obtuvieron un

puntaje que los coloco como nivel de rango alto, posteriormente solo dos trabajadores que porcentualmente son el 13.3 % de los trabajadores se colocaron en el nivel de rango regular y por último el 33.3% de los trabajadores después de procesar sus respuestas por el programa spss se obtuvieron un puntaje que los coloco en el nivel bajo de acuerdo al nivel de rangos

Finalmente, para la quinta hipótesis específica, la hipótesis a elegir fue la hipótesis alternativa la cual nos dice que el nivel de relación entre la distribución física internacional y rivalidad entre los competidores es positivo, porque el nivel de correlación obtenido fue de 0.567 y el grado de significancia es fue 0.027 la cual garantiza un nivel de relación positiva, a la vez se obtuvieron del análisis descriptivo que el 13.3 % de los trabajadores de la empresa negociación e inversiones Airi obtuvieron un puntaje los cuales los colocaron en el nivel bajo según los rangos, seguidamente de esta el 20% de los trabajadores de la empresa después de interpretar sus respuestas medir con el rango de niveles, obtuvieron el rango de regular y por último el 66.7% de los trabajadores obtuvieron el rango alto.

Los resultados obtenidos en la cuarta y quinta hipótesis específica concuerdan con la investigación realizada por Ludeña y Martínez (2017) titulada Distribución física de licores a base de frutas exóticas para viabilizar la exportación al mercado canadiense a través de la empresa Mundo Agroindustrial EIRL de la ciudad de Tarapoto, 2016, en el cual los autores, llegaron a la conclusión que un sistema de distribución eficaz en el cual tenga a alcance del mercado extranjero los productos que los cliente de destino demande en la cantidad precisa y en momento oportuno, permite destacarse de la competencia, además disponer de medios logísticos adecuados, que suministren los productos a los canales de distribución y a nuevas materias primas para la elaboración de nuevos productos para seguir destacándose y generando un ventaja de los productos ofrecidos por los rivales en el mercado.

V. CONCLUSIONES

1. Se concluye que existe una moderada relación positiva y significativa entre La distribución física internacional se relaciona significativamente con la ventaja competitiva de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, determinada por el Rho de Spearman 0.038, la cual está en el rango de significancia estadística $p < 0.05$.
2. Se concluye que existe una moderada relación positiva y significativa entre La distribución física internacional se relaciona significativamente con el poder de negociación de los compradores o clientes de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, determinada por el Rho de Spearman 0.018, la cual está en el rango de significancia estadística $p < 0.05$.
3. Se concluye que existe una moderada relación positiva y significativa entre La distribución física internacional se relaciona significativamente con el poder de negociación de los proveedores o vendedores de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, determinada por el Rho de Spearman 0.030, la cual está en el rango de significancia estadística $p < 0.05$.
4. Se concluye que no existe una moderada relación positiva y significativa entre La distribución física internacional no se relaciona significativamente con la amenaza de nuevos competidores entrante de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, determinada por el Rho de Spearman 0.075, la cual está en el rango de significancia estadística $p < 0.05$.
5. Se concluye que existe una moderada relación positiva y significativa entre La distribución física internacional se relaciona significativamente con la amenaza de productos sustitutos de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, determinada por el Rho de Spearman 0.048, la cual está en el rango de significancia estadística $p < 0.05$.
6. Se concluye que existe una moderada relación positiva y significativa entre La distribución física internacional se relaciona significativamente con la rivalidad entre los competidores de la empresa negocios e inversiones Airin 2019, determinada por el Rho de Spearman 0.048, la cual está en el rango de significancia estadística $p < 0.05$.

VI. Recomendaciones

1. Desarrollar un plan estratégico para el correcto funcionamiento de la distribución física internacional, para no ocasionar demorar al momento a listar la mercadería para realizar la exportación y a la vez de capacitar al personal encargado de embalaje de la mercancía y documentación para evitar contratiempos en los controles aduaneros y así sacar una ventaja ante las demás empresas del mismo rubro.
2. Realizar capacitación constante al personal de producción y administrativo para agilizar las funciones de la empresa, a la vez de mejorar las herramientas y maquinas principales para una mejor y agilización de la producción y otras actividades, y así poder satisfacer las necesidades de nuestros clientes, relacionada a la actividad de la empresa negocios e inversiones Airin 2019.
3. Mejorar la relaciones y contratos con los proveedores de las materias primas para un mejor aprovisionamiento y los tiempos de producción y por consecuencia cumplir con los encargos de los clientes de la empresa negocios e inversiones Airin 2019
4. Analizar los costos de producción, transporte y de las demás áreas, para fortalecer las áreas débiles, a la vez revisar los costos que se realizan en la empresa para poder así reducir los costos de producción o logística, para poder reducir los precios de los productos y poder ser más competitivo con respecto a la competencia, o también aumentando la publicidad y también mejor los canales de distribución para poder llegar a más clientes.
5. En cuanto a los productos de la competencia los cuales pueden ser un sustituto de los productos que la empresa ofrece, se debe realizar una mejora en la calidad de las prendas de vestir, a la ves de brindar más opciones de diseños, para que los clientes no se finalicen con las empresas rivales, también se puede realizar campañas publicitarias, ofertas por temporadas, entre estrategias para poder descartar de la competencia.
6. Invertir en estudio del mercado y de la competencia fuerte que tiene la empresa, es muy utilizar, porque permite realizar y aprovechar las debilidades que estas presentan y así poder sobresalir de ellas, como una reducción de los precios, dando un mejor valor agregado a nuestros productos, realizando más promociones entre otras estrategias.

Referencias

- Abeal, J., & Alvarez, B. (2018). *¿Es la exportación un elemento relevante para explicar el rendimiento de una empresa? El caso de las pymes gallegas para el período 2002 - 2013*. madrid: 3c empresa.
- Anaya, J. (2012). *Almacenes: Análisis, diseño y organización*. Madrid: Esic. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=ND-L5bo-5aYC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true
- Arenal, c. (2019). Preparación de pedidos. En *Preparación de pedidos* (pág. 35). Colombia: TUTOR FORMACION. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=1k2FDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Belevan, W. (2015). *Sistema de Informacion sobre Comercio Exterior*. Obtenido de <http://www.sice.oas.org/Trade/MRCSRPerACE58/acuerdo.ASP>
- Boyeras, D. (2013). La Compraventa internacional de mercancías la modalidad FOB. Madrid, España. Obtenido de <https://ddd.uab.cat/record/115323>
- Castellanos, A. (2012). *Manual de la gestión logística del transporte y distribución de mercancías*. Barranquilla: Uninorte. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=JYydauBcri0C&printsec=frontcover&dq=distribucion+fisica+internacional&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiM8ca_uvTiAhUOKa0KHbmeBQsQ6AEIOjAD#v=onepage&q=distribucion%20fisica%20internacional&f=false
- Castro, R. (2015). *Distribución Física internacional*. Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=9157E8CF-1B2C-4014-95C6-BD936988CCA0.PDF>
- Chaupis, S. (2016). La distribución física internacional como herramienta principal para las pymes importadoras de repuestos automotriz lima metropolitana, 2016. Lima, Peru.
- Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales*. (2017). Obtenido de <https://www.direcon.gob.cl/2017/06/acuerdo-de-libre-comercio-chile-peru/>
- Dolores, G. (2016). *ICT in multimodal transport and technological trends: Unleashing potential for the future*. European Transport Research Review An Open Access Journal. doi:<https://doi.org/10.1186/s12544-019-0362-8>

- Esparza, A. (2017). *Operaciones administrativas de compraventa*. Madrid: Nobel. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=iAMoDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=factura+comercial&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjH5Yem9OziAhVjw1kKHU6GA9oQ6AEIMzAC%20-%20v=onepage&q=factura%20comercial&f=true#v=onepage&q&f=true>
- Espitia, F., & Moya, P. (2008). *Mercadeo y logística como estrategia de competitividad empresarial*. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/320983468_Mercadeo_y_logistica_como_estrategia_de_competitividad_empresarial
- Fernandes, h. (2014). *metodologia de la investigacion*. bogota.
- Fernandez, B. (2017). *Trasporte internacional*. bogota: Palibrio. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=MYxsDgAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=true
- Figuroa, J. (2017). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Obtenido de https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/comercio_exterior/certificacion_de_origen/manuales/CHINA.pdf
- Gastalver, C. (2017). *UF1757 - Información y gestión operativa de la compraventa internacional*. España: Elearning.
- Gomez, g. (2006). Propuesta de un modelo de gestión logística de abastecimiento internacional en las empresas grandes e importadoras de materia prima. Manzanillas, Colombia.
- Gonzales, L. (2010). *Gestión del comercio exterior*. Madrid: Esic. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=f_3jgTXtn-IC&printsec=frontcover&dq=precio+de+exportacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjamrqXl93iAhWjuFkKHdxnAAQQ6AEIMzAC%20-%20v=onepage&q=precio%20de%20exportacion&f=false#v=onepage&q&f=true
- Gonzalez, B. (2015). *Tips para compradores profesionales*. Madrid: IBSN. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=ibWEBwAAQBAJ&printsec=frontcover&vq=fob+incoterms&hl=es#v=onepage&q=fob%20incoterms&f=true>
- Granados, G. (2013). La formación continua en empresas líderes de distribución comercial en España. Ballaterra, España. Obtenido de <https://www.tdx.cat/handle/10803/129318>
- Gutierrez , R. (2014). *Negocios internacionales*. Barranquilla: Eco. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=KLFCdWAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjH5Yem9OziAhVjw1kKHU6GA9oQ6AEIMzAC%20-%20v=onepage&q=factura%20comercial&f=true#v=onepage&q&f=true>

ource=gbs_ge_summary_r&cad=0%20-
%20v=onepage&q&f=false#v=onepage&q&f=false

- Heitz, A. (2019). *Heterogeneity of logistics facilities: an issue for a better understanding and planning of the location of logistics facilities*. Europa: Revisión de Investigación del Transporte Europeo. doi:<https://doi.org/10.1186/s12544-018-0341-5>
- Ioan, D. (2012). ELABORACIÓN DE UNA METODOLOGÍA PARA MEDIR LA CAPACIDAD EXPORTADORA DE LAS PYME'S EN VENEZUELA. *investigacion*. Obtenido de <https://search.proquest.com/docview/1992665405/47666746DEEA4F14PQ/1?accountid=37408>
- López , R., & Moreno, V. (2018). *Las agencias de carga y los servicios*. doi:<https://doi.org/10.15446/ede.v28n53.75021>
- Ludeña, E., & Martínez, J. (2017). Distribución física de licores a base de frutas exóticas para viabilizar la exportación al mercado canadiense a través de la empresa Mundo Agroindustrial EIRL de la ciudad de Tarapoto, 2016. Lima, Peru.
- Macedo, C. (2014). *Promperu*. Obtenido de <http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=9157E8CF-1B2C-4014-95C6-BD936988CCA0.PDF>
- Manzanares, M. (2015). *MF1325_1 - Operaciones auxiliares de almacenaje*. España: Cedro. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=_VTXCgAAQBAJ&pg=PA61&dq=Packing+List.&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiDrcqggO3iAhUpuVkkHXXuDVGQ6AEIMDAB%20-%20v=onepage&q=Packing%20List.&f=true#v=onepage&q&f=true
- Marianne, J. (2004). *Packages and physical distribution: Implications for integration and standardisation*. Noruega: Revista Internacional de Distribución Física y Gestión Logística.
- Martinez, D. (2013). *PYME: Rutas para la exportación*. Barranquilla: Universidad del norte. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=1caVBAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=exportacion&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwim7-u2qtviAhUBx1kKHbmmCKYQ6AEILjAB%20-%20v=onepage&q&f=false#v=onepage&q&f=true>

- Mimbela, C. (2015). *Gestión logística en las operaciones del transporte internacional para el desarrollo del comercio en el puerto del callao*. Lima, Peru.
- Molins, A. (2012). *Logística Internacional*. Obtenido de http://api.eoi.es/api_v1_dev.php/fedora/asset/eoi:75375/componente75373.pdf
- Muñoz, M., & Martinez, M. (2018). *Gestión administrativa del comercio internacional*. Madrid: Novel. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=mpBXDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=certificado+de+origen&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiZxPn_he3iAhUNpFkKHdSZAnYQ6AEILDAB%20-%20v=onepage&q=certificado%20de%20origen&f=false#v=onepage&q&f=true
- Palacios, N. (2016). *Distribución física internacional en las empresas exportadoras de café de Chanchamayo*. Lima, Peru.
- Prasad, G. (2017). *Logistic Management - A Case Study with Special Reference on Physical Infrastructure*. Anusandhanika. Obtenido de <https://search.proquest.com/openview/6776c3231e4be9be57c7a0be4c856a89/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2032620>
- Salas, H. (2015). *INVESTIGACIÓN DE MERCADO PARA LA EXPORTACIÓN DE PALTA HASS AL MERCADO DE ITALIA*. Lima, Peru.
- Santander- trade portal. (2019). *CHILE: LLEGAR AL CONSUMIDOR*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/chile/llegar-al-consumidor>
- Santander- trade portal. (2019). *ESTADOS UNIDOS: LLEGAR AL CONSUMIDOR*. Obtenido de https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/estados-unidos/llegar-al-consumidor?&actualiser_id_banque=oui&id_banque=38&memoriser_choix=memoriser
- Santander, trade portal. (2019). *CHINA: LLEGAR AL CONSUMIDOR*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/china/llegar-al-consumidor>
- Santander-trade portal. (2019). *BRASIL: LLEGAR AL CONSUMIDOR*. Obtenido de <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/brasil/llegar-al-consumidor>
- Siicex. (2009). *Acuerdos Comerciales*. Obtenido de http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=55&Itemid=78

- Siicex. (2016). *Acuerdos Comerciales*. Obtenido de http://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=188&Itemid=207
- Sulder, A. (2010). *Exportacion Efectiva*. Ciudad de Mexico: ISEF. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?hl=en&lr=&id=xAUmAgalnHAC&oi=fnd&pg=PA19&dq=exportacion&ots=Zt5ez9Le5e&sig=V7-6WgCXITf0U-q8iFk6SZI8uSw%20-%20v=onepage&q=exportacion&f=false#v=onepage&q&f=true>
- Sunat. (2019). *Aduna consultas*. Obtenido de <http://orientacion.sunat.gob.pe/index.php/empresas-menu/comprobantes-de-pago-empresas/comprobantes-de-pago-fisicos-empresas/guias-de-remision-comprobantes-de-pago-fisicos-empresas>
- Vargas, M. (2008). *Contratos de exportación: entre productores y exportadores de fruta*. Santiago de Chile: Andros impresores.
- Rodríguez D. (2019). Tipos de investigación y metodología. obtenido de: <http://www.lifeder.com/investigacion-aplicada/>

ANEXOS

LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y LA VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA NEGOCIACIONES E INVERSIONES AIRIN 2019							
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES E INDICADORES				
¿CÓMO SE RELACIONA LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y LA VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA NEGOCIACIONES E INVERSIONES AIRIN 2019?	DETERMINAR LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y LA VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA NEGOCIACIONES E INVERSIONES AIRIN 2019	LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL SE RELACIONA SIGNIFICATIVAMENTE CON LA VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA NEGOCIOS E INVERSIONES AIRIN 2019	VARIABLE 1: DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL			(1) TOTALMENTE EN DESACUERDO (2) EN DESACUERDO (3) INDECISO (4) DE ACUERDO (5) TOTALMENTE DE ACUERDO	
			DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM S		
			ANÁLISIS LA MERCANCIA	TIPO DE MERCANCIA	1-3		
				ARANCELES DE EXPORTACIÓN			
				REQUISITOS DE UNA EXPORTACIÓN			
			TIPOS DE EMBALAJE	TIPOS DE EMBALAJE	4-6		
				PIGTOGRAMAS NECESARIOS			
				CERTIFICADOS PARA LOS ENVASE			
			SELECCIÓN DE TRANSPORTE	TIEMPOS DE TRASLADO	7-9		
				TIPOS DE MODALIDADES DE TRANSPORTE			
RIEGOS DE TRASLADO							
COSTOS	COSTOS DE LOS CERTIFICADOS	10-12					
	COSTOS DE TRANSPORTE						
	COSTOS ASUMIDOS POR EL EXPORTADOS, MEDIANTE LOS INCOTERMS						
DOCUMENTACIÓN	DOCUMENTOS DE EXPORTACION	13-15					
	CERTIFICADO DE ORIGEN						
	REQUISITOS PARA ACOGERCE AL DROWACK						
PROBLEMA ESPECÍFICO	OBJETIVO ESPECÍFICO	HIPÓTESIS ESPECÍFICO	VARIABLE 2: VENTAJA COMPETITIVA				
¿CÓMO SE RELACIONA LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES O CLIENTES DE LA EMPRESA NEGOCIACIONES E INVERSIONES AIRIN 2019?	DETERMINAR LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES O CLIENTES DE LA EMPRESA NEGOCIACIONES E INVERSIONES AIRIN 2019	LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL SE RELACIONA SIGNIFICATIVAMENTE CON EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES O CLIENTES DE LA EMPRESA NEGOCIOS E INVERSIONES AIRIN 2019	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES O CLIENTES	PLAZOS DE ENTREGA	16 - 18	(1) TOTALMENTE EN DESACUERDO (2) EN DESACUERDO (3) INDECISO (4) DE ACUERDO (5) TOTALMENTE DE ACUERDO	
				ACCESO A CANALES DE DISTRIBUCIÓN			
				VENTAJA DE COSTOS INDEPENDIENTES			
¿CÓMO SE RELACIONA LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES O VENDEDORES DE LA EMPRESA NEGOCIACIONES E INVERSIONES AIRIN 2019?	DETERMINAR LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES O VENDEDORES DE LA EMPRESA NEGOCIACIONES E INVERSIONES AIRIN 2019	LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL SE RELACIONA SIGNIFICATIVAMENTE CON EL PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES O VENDEDORES DE LA EMPRESA NEGOCIOS E INVERSIONES AIRIN 2019	PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES O VENDEDORES	VOLUMEN DE COMPRA	19 - 21		
				COSTOS DE LA MATERIA PRIMA			
				SITUACIÓN DEL MERCADO			
¿CÓMO SE RELACIONA LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y LA AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES ENTRATES DE LA EMPRESA NEGOCIACIONES E INVERSIONES AIRIN 2019?	DETERMINAR LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y LA AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES ENTRATES DE LA EMPRESA NEGOCIACIONES E INVERSIONES AIRIN 2019	DETERMINAR LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y LA AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES ENTRANTE DE LA EMPRESA NEGOCIOS E INVERSIONES AIRIN 2019	AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES ENTRANTES	DIFERENCIACIÓN DE MARCA	22 - 24		
				BARRERAS LEGALES			
				DIVERSIFICACIÓN DE PRODUCTO			
¿CÓMO SE RELACIONA LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y LA AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS DE LA EMPRESA NEGOCIACIONES E INVERSIONES AIRIN 2019?	DETERMINAR LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y LA AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS DE LA EMPRESA NEGOCIACIONES E INVERSIONES AIRIN 2019	LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL SE RELACIONA SIGNIFICATIVAMENTE CON LA AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS DE LA EMPRESA NEGOCIOS E INVERSIONES AIRIN 2019	AMENAZA DE PRODUCTOS SUSTITUTOS	CALIDAD	25 - 27		
				PRECIO DE PRODUCTOS			
				CARACTERÍSTICAS EN EL TIPO DE PRODUCTO			
¿CÓMO SE RELACIONA LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES DE LA EMPRESA NEGOCIACIONES E INVERSIONES AIRIN 2019?	DETERMINAR LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES DE LA EMPRESA NEGOCIACIONES E INVERSIONES AIRIN 2019	LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL SE RELACIONA SIGNIFICATIVAMENTE CON LA RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES DE LA EMPRESA NEGOCIOS E INVERSIONES AIRIN 2019	RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES	POCA PUBLICIDAD	29 - 30		
				CANTIDAD DE COMPETIDORES			
				DIFERENTES TIPOS DE MERCANCIAS			

Figura 13: Tabla de matriz de consistencia

Consentimiento Informado para participantes de Investigación

El autor: Arroyo ~~Chute~~, Joel Daniel, de la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo de estudio es:
DETERMINAR LA RELACIÓN QUE EXISTE ENTRE LA DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL Y LA
VENTAJA COMPETITIVA DE LA EMPRESA NEGOCIOS E INVERSIONES AIRIN 2019

Me presento y le solicito por favor, participar en este estudio, el cual tiene que responder preguntas en una entrevista (o completar una encuesta, o lo que fuera según el caso). Esto tomará aproximadamente 7 minutos de su tiempo. Lo que conversemos durante estas sesiones se grabará, de modo que el investigador pueda transcribir después las ideas que usted haya expresado (si corresponde). La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación. Sus respuestas al cuestionario (o entrevista) serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas. Una vez transcritas las entrevistas, los medios que contienen las grabaciones se destruirán. Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él. Igualmente, puede retirarse del proyecto en cualquier momento sin que eso lo perjudique en ninguna forma. Si alguna de las preguntas durante la entrevista o cuestionario le parecen incómodas, tiene usted el derecho de hacérselo saber al investigador o de no responderlas.

Desde ya le agradecemos su participación.

Yo Roberth Elisis Marure Almanza, con el Nro. de Ruc de la empresa: 20547504047 participar voluntariamente en esta investigación.

Entiendo que una copia de esta fina de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando este haya concluido. Para esto, puede contactar a Roberth Elisis Marure Almanza.

ROBERTH ELISIS MARURE ALMANZA Fecha: 16/10/19


Roberth Elisis Marure A.
Firma del profesional
DNI: 09899746

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MALAVEZ CARO, Fernando
 I.2. Especialidad del Validador: Sociología
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC EP. NN. 11
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					80	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

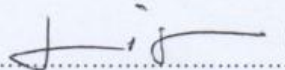
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80

Los OLivos, 30 de 10 del 2019.

.....


Firma de experto informante

DNI: 08729585

Teléfono: _____

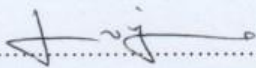
V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	/		
Ítem6	//		
Ítem7	//		
Ítem 8	//		
Ítem 9	//		
Ítem 10	/		
Ítem11	/		
Ítem12	/		
Ítem13	/		
Ítem14	/		
Ítem15	/		

Variable 2: LA VENTAJA COMPETITIVA

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	//		
Ítem 5	/		
Ítem6	/		
Ítem7	/		
Ítem 8	/		
Ítem 9	/		
Ítem 10	/		
Ítem11	/		
Ítem12	/		
Ítem13	/		
Ítem14	/		
Ítem15	/		

.....

 Firma de experto informante

DNI: 08725585

Teléfono: _____

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Doña Alencastro Paz
 I.2. Especialidad del Validador: Mg. e Administrativa y P&H
 I.3. Cargo e Institución donde labora: DTC
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
 I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					✓	

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:


¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

80%

Los Olivos, ____ de _____ del 2019.

.....


Firma de experto informante

DNI: 9861276

Teléfono: _____

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1		/	
Ítem 2		/	
Ítem 3		/	
Ítem 4		/	
Ítem 5		/	
Ítem6		/	
Ítem7		/	
Ítem 8		/	
Ítem 9		/	
Ítem 10		/	
Ítem11		/	
Ítem12		/	
Ítem13		/	
Ítem14		/	
Ítem15		/	

Variable 2: LA VENTAJA COMPETITIVA

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1		/	
Ítem 2		/	
Ítem 3		/	
Ítem 4		/	
Ítem 5		/	
Ítem6		/	
Ítem7		/	
Ítem 8		/	
Ítem 9		/	
Ítem 10		/	
Ítem11		/	
Ítem12		/	
Ítem13		/	
Ítem14		/	
Ítem15		/	

.....
 Firma de experto informante
 DNI: 0861746
 Teléfono: _____

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN
I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: MOLDONADO CUEVA PEREZ J
- I.2. Especialidad del Validador: Maestría Comercio Internacional y Aduanas
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente - UCV
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: _____
- I.5. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					✓
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica					✓
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					✓
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
PROMEDIO DE VALORACIÓN						

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

.....
Hay que mejorar

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95%

Los OLivos, 21 de 10 del 2019.

Firma de experto informante

DNI: 41380193

Teléfono: 986403288

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	//		
Ítem 3	//		
Ítem 4	//		
Ítem 5	//		
Ítem 6	//		
Ítem 7	//		
Ítem 8	//		
Ítem 9	//		
Ítem 10	//		
Ítem 11	//		
Ítem 12	//		
Ítem 13	//		
Ítem 14	//		
Ítem 15	//		

Variable 2: LA VENTAJA COMPETITIVA

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	/		
Ítem 2	/		
Ítem 3	/		
Ítem 4	/		
Ítem 5	/		
Ítem 6	/		
Ítem 7	/		
Ítem 8	//		
Ítem 9	//		
Ítem 10	/		
Ítem 11	/		
Ítem 12	//		
Ítem 13	//		
Ítem 14	//		
Ítem 15	/		

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN

Los Clases 21 de 10 del 2019



 Firma de experto informante
 DNI: 41380195
 Teléfono: 996403288