



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Competitividad y Logística de la empresa Grupo M&R S.R.L.

Distrito de San Luis, Lima, 2015

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

AUTORA

Guerra Salinas, Angieli Mirela

ASESOR

Mg. Márquez Caro, Fernando

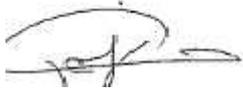
LINEA DE INVESTIGACIÓN

Mercados Emergentes

LIMA – PERÚ

2017

PAGINA DEL JURADO



.....
Dr. Muñoz Ledesma Sabino
PRESIDENTE



.....
Mg. Márquez Caro Fernando Luis
SECRETARIO



.....
Mg. Barco Solari Esteban
VOCAL

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado en primer lugar a Dios todo poderoso y a mi familia, quienes fueron mi apoyo y me impulsaron a seguir adelante brindándome valores y buenas enseñanzas, en especial a mi papá por estar siempre a mi lado y darme su soporte y a mi asesor de curso.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi asesor de curso quien me enseñó que la investigación es importante para que nuestra sociedad se pueda desarrollar. Agradezco a mi papa por apoyarme y guiarme en el camino, enseñándome los valores que no se deben olvidar.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo GUERRA SALINAS, ANGIELI MIRELA con DNI N.º 74136603, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, 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 u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 19 de julio del 2017



GUERRA SALINAS, ANGIELI MIRELA

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “Competitividad y Logística de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015” con la finalidad de determinar la relación entre la competitividad y logística de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciada en Negocios Internacionales.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación.

Guerra Salinas Angieli Mirela

INDICE	Pág.
 PÁGINAS PRELIMINARES	
Página del jurado.....	ii
Dedicatoria.....	iii
Agradecimiento.....	iv
Declaratoria de autoría.....	v
Presentación.....	vi
Índice.....	vii
Resumen.....	x
Abstract.....	xi
 I. INTRODUCCIÓN	
1.1 Realidad Problemática.....	12
1.2 Trabajos previos.....	13
1.3 Teorías relacionadas al tema.....	16
1.3.1 Competitividad.....	16
1.3.2 Logística.....	18
1.4 Formulación del problema.....	20
1.4.1 Problema principal.....	20
1.4.2 Problemas específicos.....	20
1.5 Justificación del estudio.....	20
1.5.1 Justificación teórica.....	20
1.5.2 Justificación practica.....	20
1.6 Hipótesis.....	21

1.6.1	Hipótesis principal.....	21
1.6.2	Hipótesis específicos.....	21
1.7	Objetivos.....	22
1.7.1	Objetivo principal.....	22
1.7.2	Objetivos específicos.....	22
II. MÉTODO		
2.1	Tipo de investigación.....	22
2.2	Nivel de investigación.	23
2.3	Diseño de investigacion.....	23
2.4	Variables, operacionalización.....	23
2.4.1	Variable 1.....	23
2.4.2	Variable 2.....	23
2.5	Población y muestra.....	25
2.5.1	Definición del tamaño de población.....	25
2.5.2	Población.....	25
2.5.3	Calculo tamaño de muestra.....	25
2.5.4	Muestra.....	25
2.6	Técnicas e instrumentos de datos, validez y confiabilidad.....	25
2.6.1	Técnica.....	26
2.6.2	Instrumento de recolección de datos.....	26
2.6.3	Validez.....	26
2.6.4	Confiabilidad.....	26
2.7	Método de análisis de datos.....	27
2.7.1	Análisis descriptivo.....	27
2.7.2	Análisis ligado a hipótesis.....	27
III.RESULTADOS		
3.1	Estadística Descriptiva.....	28
3.1.1	Variable 1 – Competitividad.....	28

3.1.1.1 Dimensión 1 – Nivel Macroestructural.....	29
3.1.1.2 Dimensión 2 – Nivel microestructural.....	31
3.1.2 Variable – Logística.....	32
3.1.2.1 Dimensión – Infraestructura de transporte.....	34
3.1.2.2 Dimensión – Almacenamiento.....	35
3.1.2.3 Dimensión – Manejo de inventario.....	37
3.1.2.4 Dimensión – Atención al cliente.....	38
3.2 Normalidad de Variables.....	39
3.3 Contraste de Hipótesis General.....	40
3.3.1 Relación entre la variable “Competitividad” y “Logística”.....	40
3.3.2 Relación entre la variable “Competitividad” y dimensión “Infraestructura de transporte”.....	41
3.3.3 Relación entre la variable “Competitividad” y la dimensión “Almacenamiento”.....	43
3.3.4 Relación entre la variable “Competitividad” y la dimensión “Manejo de inventarios”.....	45
3.3.5 Relación entre la variable “Competitividad” y la dimensión “Atención al cliente”	46
3.4 Correlación.....	48
3.5 Gráficos.....	49
IV. DISCUSIÓN.....	50
V. CONCLUSIÓN.....	52
VI. RECOMENDACIONES.....	53
VII. REFERENCIAS.....	54
ANEXOS.....	56
✓ Matriz de Consistencia.....	56
✓ Instrumento.....	57
✓ Validaciones por Juicio de Expertos.....	61

RESUMEN

Esta investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la Competitividad y Logística de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015, para el desarrollo de la tesis se utilizó la Teoría de competitividad y la teoría de la logística. El tipo de investigación fue de tipo descriptivo correlacional, aplicada mediante el tipo de diseño no experimental. La población estuvo conformada por 25 trabajadores de la empresa Grupo M&R S.R.L de los cuales se tomó una muestra de 25 ya que se trabajará con todos los elementos de la población debido a la pequeña extensión de la misma. La técnica utilizada para el recojo de los datos fue la encuesta, para cual se utilizó un cuestionario certificado mediante un juicio de expertos y una prueba piloto. Para el proceso de los datos, se ingresó los datos a una hoja de cálculo para luego importarlo al programa SPSS, y así efectuar la estadística descriptiva, el contraste de hipótesis y las correlaciones. Los resultados obtenidos fueron que una buena logística, genera una mayor competitividad; sin embargo, según la prueba de chi – cuadrado se concluyó que no existe relación entre la competitividad y logística de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015, pero, entre estas variables, existe una correlación débil e inversa.

Palabras Clave: competitividad, logística, infraestructura, almacenamiento, inventario, nivel microestructural, nivel microestructural.

ABSTRACT

This research aimed to determine the relationship between the Competitiveness and Logistics of the company Grupo M & R S.R.L district of San Luis Lima, 2015, for the development of the thesis was used Theory of competitiveness and theory of logistics. The type of research was of correlational descriptive type, applied by type of non-experimental design. The population was made up of 25 workers from the company M & R S.R.L of which a sample of 25 was taken since it will work with all the elements of the population due to the small extension of the same. The technique used for the data collection was the survey, for which a questionnaire certified by expert judgment and a pilot test was used. In order to process the data, the data was entered into a spreadsheet and then imported into the SPSS program to perform descriptive statistics, hypothesis testing and correlations. The results obtained were that a good logistics, generates a greater competitiveness; However, according to the chi - squared test, it was concluded that there is no relationship between the competitiveness and logistics of the company Grupo M & R S.R.L district of San Luis Lima, 2015, but, among these variables, there is a weak and inverse correlation.

Keywords: competitiveness, logistics, infrastructure, storage, inventory, macro-structural level, microstructural level

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

Los problemas más frecuentes de las medianas y pequeñas empresas es la ejecución de sus actividades logísticas, en la actualidad la logística se ha ido convirtiendo en una ventaja competitiva ya que existe una mayor exigencia por parte de los clientes y cuando las empresas no cumplen con estas exigencias esto trae como consecuencia su pérdida de competitividad con otras empresas. (Ministerio de Comercio y Turismo, 2013, p.10)

Un mal manejo de la logística representa problemas, pérdidas de clientes, mala imagen y reducción de ventas.

Nuestro país es una economía de exportación ya que existen diversos agentes económicos que realizan operaciones de comercio exterior y para ello necesitan de un transporte internacional para sus mercancías las cuales pueden ser por medio marítimo, terrestre o aéreo. El sector de transporte desempeña un rol importante en los procesos de comercialización de los productos y así ayudan a aumentar la competitividad de las empresas. Por esta razón la oferta de servicios de transporte es un punto clave para el crecimiento económico de nuestro país. (Ministerio de Comercio y Turismo, 2009, p.6)

Entonces podemos resaltar que la función del transporte está relacionada con las necesidades de las empresas de poder transportar sus productos en los puntos de destino que tengan, las cuales debe tener la característica de seguridad, rapidez y el coste.

Ante esta situación, se hace primordial entender la importancia del desempeño del servicio de transporte terrestre como una parte dentro de la cadena logística de la distribución de una mercancía y por ende cómo es que impacta sobre la estructura de costos de los usuarios. El transporte de carga por carretera tiene como rol principal aportar funcionalidad al comercio de bienes, puesto que permite la recolección, movilización, almacenaje y entrega de los productos. Así, hace viables las transacciones comerciales dentro de cuyos términos se asume la responsabilidad de entrega hasta el lugar donde se ubica el cliente final, lo que lo convierte en el eslabón final de la cadena logística (Ministerio de Comercio y Turismo, 2009, p.5)

Una empresa de carga terrestre debe enfocarse en la capacidad de movilización que tenga de la carga, la calidad del servicio que ofrece y el nivel de sus precios.

El grupo M & R es una empresa de transporte de carga nacional e internacional. Su principal destino es Tumbes y la frontera con Ecuador en donde cuentan con una agencia respectivamente. Brindando un servicio de calidad e integral que permita a nuestros clientes entregar la carga con confianza de que llegará a destino, con un compromiso humano altamente calificado.

La empresa solo lleva la carga hasta la frontera de Ecuador, existen cargas pesadas que no se pueden hacer transbordo en este caso la empresa lleva la carga hasta el lugar de destino siempre y cuando el cliente cubra los gastos del flete de transporte. Es una empresa que lleva más de 20 años de servicio proporcionando soluciones ágiles y competitivas en materia de transporte de carga pesado o liviana.

A pesar de no ser una empresa nueva aun cuenta con diversas dificultades como la demora de entrega de los pedidos, el estado de sus almacenes, la poca atención del cliente, mantenimiento de los camiones y la falta de personal especializado en cada área de trabajo.

Por esta razón, el problema de la empresa es la falta de la competitividad ante el mercado nacional e internacional. Además, de una buena organización dentro del proceso logístico de la empresa ya que debido a esto están perdiendo credibilidad y su cartera de clientes por el retraso de la mercancía hacia su punto de llegada.

1.2 Trabajos previos

Para fines investigativos acerca de estudios ya realizados, relacionados al tema similar propuesto he tomado como referencias trabajos tales como:

Nacionales

Condezo (2015). En su tesis *Gestión Logística y ventaja competitiva en la empresa Hierba Santa E.I.R.L en el distrito de Ate Lima en al año 2014*, en la facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el título profesional de Licenciado en Administración. Esta tesis tuvo como objetivo general identificar la relación entre la gestión Logística y ventaja competitiva en la empresa Hierba Santa E.I.R.L en el distrito de Ate Lima en al año 2014. Su tipo de investigación fue descriptiva correlacional. Entre sus principales conclusiones

identifica la relación entre sus dos variables ya que sus resultados de las encuestas los respalden, además se sugiere al área de despacho y distribución que para la entrega de los productos se hagan con una adecuada planificación y así cumplir con la entrega inmediata de los pedidos.

Rondon (2014). En su tesis *Gestión logística y la productividad en la empresa Textil Hialpesa, 2013* de la facultad de Ciencias empresariales de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el título profesional de Licenciado en Administración. Esta tesis tuvo como objetivo general determinar la relación entre la gestión logística y la productividad en la empresa Textil Hialpesa, 2013. El tipo de investigación de la tesis fue correlacional descriptivo y diseño no experimental. El autor concluyó que la importancia de la gestión de inventario dentro del proceso productivo es vital, se debe mantener actualizado el sistema de stock, además se logró identificar la relación entre las dos variables.

Gasparcoaguila (2014). En su tesis *Gestión logística y productividad de la maquinaria pesada para minera en la empresa Rivera y Cia Chorrillos en el periodo 2014* de la facultad de Ciencias empresariales de la Universidad Cesar Vallejo para obtener el título profesional de Licenciado en Administración. La tesis tuvo como objetivo general establecer la relación entre Gestión logística y productividad de la maquinaria pesada para minera en la empresa Rivera y Cia Chorrillos en el periodo 2014. El tipo de investigación es correlacional y diseño no experimental. Entre sus principales conclusiones menciona que la gestión logística es cada vez mayor, el nivel de exigencia del mercado hacia las empresas en cuanto a la calidad, servicio, precio, facilidades de pago, mejoras en diseños, etc. y esta exigencia obliga a las empresas a esforzarse en busca de la eficiencia integral, es decir óptimo rendimiento en todas sus funciones internas y especialmente relacionado al campo logístico mediante tres factores que agreguen valor al producto o servicio.

Internacionales

Olvera (2012). En su tesis *El proceso de logística en las MpyMEs Xalapeñas del sector comercial* de la facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Veracruzana para obtener el título profesional de Licenciado en Administración. La tesis tuvo como objetivo principal identificar, analizar y proponer una reestructuración

del proceso logístico de las MpyMEs Xalapeñas del sector comercial, de manera tal que permita la optimización de sus operaciones, reducir costos y maximizar sus utilidades para así lograr las ventajas competitivas adecuadas. El tipo de investigación es descriptiva. Entre sus principales conclusiones encontramos que el autor hace mención a que no es solo comprender el papel de la logística en las pequeñas empresas si no también dar valor a la importancia que representan en el desarrollo económico de la ciudad estudiada ya que las Mypes son medula de la economía debido a que proveen de bienes y servicios de capital, y también son la principales fuentes de empleo para la sociedad y por ello resulta indispensable que las organizaciones realicen todas y cada una de sus actividades de la mejor manera posible.

Muñoz, Segura & Tabima (2011). En su tesis Diagnóstico de la cadena de abastecimiento de CO&TEX ci S.A.S, INCOCO S.A Y KOSTA AZUL S.A. Empresas ubicadas en el sector textil confección ropa-formal masculina en Pereira y Dosquebradas de la facultad de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad de Pereira para obtener el título profesional de Licenciado en Administración. La tesis tuvo como objetivo general evaluar el estado de la cadena de abastecimiento respecto a los factores administrativos y de operación en las empresas CO&TEX CI S.A.S, INCOCO S.A y KOSTA AZUL S.A. del sector textil confección ropa-formal masculina en Pereira y Dosquebradas. El tipo de investigación utilizada fue descriptiva. Entre sus principales conclusiones menciona la importancia otorgada a la cadena de abastecimiento en cada una de las tres empresas; inclusive, se le cataloga como el eslabón que soporta las operaciones de la empresa hacia el logro del objetivo básico financiero.

Gomez (2006) en su tesis *Propuesta de un modelo de gestión logística de abastecimiento internacional en las empresas grandes e importadoras de materia prima: Caso Manizales* de la facultad de Ciencias y Administración de la Universidad Nacional de Colombia para optar por el título de Magister en Administración. El tipo de investigación fue exploratoria. Entre sus principales conclusiones encontramos que la inserción en el mercado global de las empresas grandes de Manizales es debido a la constante búsqueda de nuevos mercados e iniciativa propia de estas empresas tratando de buscare la mejor forma de hacerse competitivos tanto a nivel

nacional como internacional ya que dicha búsqueda ha llevado a que el nivel del comercio exterior de la ciudad sea relativamente alto, pues a las empresas tienen buenas participaciones de las importaciones en sus compras y de las exportaciones en sus ventas.

.

1.3 Teorías relacionadas al tema

Para la realización de esta investigación se estudiaron dos variables que son la competitividad y la logística, por lo que a continuación se explicaran los estudios de estas dos variables para una mejor comprensión.

1.3.1 Competitividad

Berumen (2009) señala que la competitividad "...es la creación y mantenimiento de un mercado en el que participan numerosas empresas y donde se determina el precio conforme a la ley de la oferta y demanda..." (p.11). También menciona que la competitividad lleva una estrecha relación con la productividad.

Entonces el autor define la competitividad como la capacidad con la que cuentan las empresas para competir en el mercado nacional e internacional y así poder ganar mayor participación de mercado, incrementar sus utilidades y crecer. La competitividad de una empresa también depende de la calidad de sus productos, su capacidad para adaptarse al cambio mediante la innovación.

Algunos factores que determinan la competitividad según el autor son: relacionados a los precios y costos, las estrategias elegidas para ser más competitivas en este aspecto se orientan a la reducción de costos y al crecimiento de la productividad, la calidad de productos y servicios, la incorporación de mejoras tecnológicas en los procesos, la gestión eficiente de los flujos de producción, la calidad de tecnología, la responsabilidad para satisfacer las necesidades de los clientes, la toma de decisiones de los gerentes, una buena estrategia de mercadotecnia, buena elección efectiva y el uso eficiente de la tecnología, la empresa debe contar con una buena infraestructura física y de servicios, rapidez en el cumplimiento de las necesidades de los clientes, entre otros.(Berumen, 2009, pg.12)

Según Betancourt (2014), la competitividad es como una empresa genera más riquezas que la competencia, es también como usa sus recursos humanos y naturales para lograr una buena productividad.

Las empresas deben buscar estrategias para comercializar sus productos, esto quiere decir cómo llegar a los consumidores el cual depende del medio que usen para vender su producto, los precios, la calidad, etc.

Para que un país sea más competitivo debe cumplir ciertos aspectos primordiales como invertir en investigación y desarrollo, incluir estrategias en las empresas para la competencia extranjera, que no haya barreras de comunicación en las organizaciones y enfocarse en los intereses mutuos, reconocer en la fuerza laboral y dar mayor importancia a los procesos de innovación.

Lerma y Márquez (2010) mencionan que la competitividad en términos comerciales se define como "...la posibilidad de triunfar sobre otros oferentes cuando al afrontar los productos sustitutos, se tiene alta probabilidad de salir favorecidos por la compra del consumidor..." (p.38).

De igual manera, los autores mencionan que, dentro del comercio exterior, la competitividad depende ciertas condiciones que están presentes dentro de dos niveles que son a nivel macroestructural y microestructural.

La primera dimensión de esta investigación y que es propia de la teoría de Lerma y Márquez (2010) es el nivel macroestructural, ya que desde este punto de vista comprende las condiciones básicas y generales del país o región, necesarias para que las empresas operen con eficiencia. (p.38)

También nos menciona puntos importantes dentro del nivel macroestructural como: la infraestructura del país, la tecnología, la dotación de recursos, la interrelación entre la empresa y el gobierno, apoyo del país a las empresas, las normatividades en el comercio exterior, entre otros puntos.

La segunda dimensión de esta investigación y que es propia de la teoría de Lerma y Márquez (2010) es el nivel microestructural, que son condiciones a nivel de empresa y producto o servicio que puede hacer que la mercancía se desplace exitosamente en los mercados meta” (p.38)

Dentro de este nivel se hace mención a como está organizada la empresa, su capacidad productiva, su posición y actitud hacia los negocios internacionales, la forma de cómo la empresa comercializa su producto, el precio, la adecuación del producto a los diferentes mercados.

1.3.2 Logística

Según Cooper, Closs & Bowersox (2007) “la logística implica la administración del procesamiento de pedidos, el inventario, el transporte y la combinación del almacenamiento todo esto integrado mediante la red empresarial. La meta de la logística es apoyar los requerimientos operativos de las adquisiciones, fabricación y el abastecimiento del cliente”. (p.22)

Mora (2010) menciona que “la logística es una actividad interdisciplinaria que vincula las diferentes áreas de la compañía, desde la programación de compras hasta el servicio postventa, pasando por el aprovisionamiento de materias primas, la planificación y gestión de producción, el almacenamiento, manipuleo y gestión de stock, transporte, distribución y flujos de información. (p.6)

Según Robusté (2005) “la logística se puede definir como una ciencia que estudia como las mercancías, las personas o la información superan el tiempo y la distancia de forma eficiente. (...) la logística determina y gestiona los flujos de materiales y de información internos y externos tratando de adecuar la oferta de le empresas a la demanda del mercado en condiciones óptimas”. (p.13)

La primera dimensión de esta investigación es propia de la teoría de los autores Cooper, Closs & Bowersox (2007) es el almacenamiento, el cual incorpora muchos aspectos diferentes de las operaciones logísticas, debido a que hay muchos tipos

de almacenes, la presentación no se parece a los esquemas que se utilizan en áreas como la administración de pedidos, el inventario y el transporte” (p.212)

Dentro del almacenamiento se encuentran puntos relacionados al almacenamiento estratégico, las operaciones del almacén y sus decisiones en la logística de las empresas.

La segunda dimensión de esta investigación que menciona de los autores Cooper, Closs & Bowersox (2007) es la infraestructura transporte, el cual lo define como un elemento muy viable en la logística. La entrega precisa e los productos reduce el inventario, el almacenamiento y el manejo de materiales (...)” (p.167)

Las empresas que ofrecen el servicio de transporte deben de enfocarse en entregar los productos a tiempo. Dentro de esta dimensión nos enfocaremos en la funcionalidad, principios y participantes del transporte, además en su estructura y tipos de transporte que existen.

La tercera dimensión de esta investigación en mención por los autores Cooper et al (2007) es la atención al cliente, el cual se define como el usuario o persona final del producto o servicio, cuyas necesidades y requerimientos deben atenderse.” (p.44)

Dentro de la dimensión de atención al cliente podemos encontrar puntos importantes a relacionar como la mercadotecnia orientada al cliente, el servicio que se le ofrece al cliente, la satisfacción del cliente por el producto o servicio y el éxito del cliente.

La última dimensión de esta investigación señalada por los autores Cooper et al (2007) es el manejo de inventarios ya que las decisiones de inventario son de alto impacto y de alto riesgo en toda la cadena de suministro. Sin un surtido adecuado en el inventario, se pierden ventas y se generan insatisfacciones en el cliente. (p.130)

Por esta razón es muy importante la planeación de un buen inventario ya que nos ayuda a poder administrar nuestros productos y así poder mejorar la eficiencia de las empresas.

1.4 Formulación del problema

1.4.1 Problema principal

¿En qué medida se relaciona la competitividad y Logística de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015?

1.4.2 Problemas Específicos

¿En qué medida se relaciona la competitividad y la infraestructura de transporte de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015?

¿En qué medida se relaciona la competitividad y el almacenamiento de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015?

¿En qué medida se relaciona la competitividad y la atención al cliente de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015?

¿En qué medida se relaciona la competitividad y el manejo de inventarios de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015?

1.5 Justificación del estudio

1.5.1 Justificación Teórica, Esta investigación se enfoca en la empresa Grupo M&R S.R.L en la cuales se estudió dos bases teóricas distintas que son la competitividad y logística, las cuales permitirá describir la realidad problemática y tratar de brindar recomendaciones o posibles soluciones que permita a la comunidad estudiantil poder obtener un mayor conocimiento o herramientas que sirvan como base o antecedentes para sus futuros trabajos.

1.5.2 Justificación Practica, , concientizar a la empresa Grupo M&R S.R.L la ausencia de competitividad en sus exportaciones de servicio de carga en el mercado ecuatoriano y la falta de procesos logísticos dentro de la empresa para poder crear estrategias y así ser más competitivo en los diferentes mercados y ante la competencia. De tal modo aumentar aún más

el ritmo de exportación a través de los años y mejorar la calidad del servicio de carga internacional

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis principal

Existe relación entre competitividad y Logística de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

1.6.2 Hipótesis específicas

Ho: No Existe relación entre la competitividad y la infraestructura de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

H1: Existe relación entre competitividad y la infraestructura de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

Ho: No Existe relación entre la competitividad y almacenamiento de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

H1: Existe relación entre la competitividad y almacenamiento de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

Ho: No Existe relación entre la competitividad y la atención al cliente de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

H1: Existe relación entre la competitividad y la atención al cliente de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

Ho: No Existe relación entre la competitividad y el manejo de inventarios de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

H1: Existe relación entre la competitividad y el manejo de inventarios de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo principal

Determinar la relación entre competitividad y Logística de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

1.7.2 Objetivos específicos

Determinar la relación entre la competitividad y la infraestructura de transporte de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

Determinar la relación entre el competitividad y almacenamiento de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

Determinar la relación entre la competitividad y atención al cliente de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

Determinar la relación entre la competitividad y al manejo de inventarios de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

II. MÉTODO

2.1 Tipo de Investigación

Según Málaga, Vera & Ramos (2008) nos dice que una investigación será de carácter aplicada cuando tiene como objetivo principal, el crear una nueva tecnología a partir de conocimientos adquiridos, además ésta deberá de ser aplicada a cualquier otra rama o utilizada para posteriores investigaciones por la que ofrece conocimientos significativos (pp. 147, Tipos, métodos y estrategias de Investigación científica).

2.2 Nivel de Investigación

El nivel de la investigación es correlacional, puesto que la investigación tiene como finalidad medir la relación que existe entre la competitividad y la logística.

Correlacional. –Salkin (1998, citado en Bernal, 2010) señala que la investigación correlacional “tiene como propósito mostrar o examinar la relación entre variables o resultados de variables” (p.144).

2.3 Diseño de investigación

Según Málaga, Vera & Ramos (2008) menciona que una investigación será de carácter no experimental cuando exista un grupo de sujetos o factores a la que se deberá de realizar una prueba de medición a las variables tanto dependientes como independientes que no han sido manipulados o controlados por el investigador (pp. 149, Tipos, métodos y estrategias de Investigación científica).

2.4 Variables, operacionalización

2.4.1 Variable 1.-

Competitividad: Lerma y Márquez (2010) mencionan que la competitividad en términos comerciales se define como “...la posibilidad de triunfar sobre otros oferentes cuando al afrontar los productos sustitutos, se tiene alta probabilidad de salir favorecidos por la compra del consumidor...” (p.38).

(Berumen,2009)

2.4.2 Variable 2.-

Según Cooper, Closs & Bowersox (2007) “la logística implica la administración del procesamiento de pedidos, el inventario, el transporte y la combinación del almacenamiento todo esto integrado mediante la red empresarial. La meta de la logística es apoyar los requerimientos operativos de las adquisiciones, fabricación y el abastecimiento del cliente”. (p.22)

Operacionalización de variables:

OPERALIZACION DE VARIABLES							CUESTIONARIO
VA	Definición Conceptual	Definición Operacional	DIMENSIONES	Indicadores	ITEMS	ESCALA	
COMPETITIVIDAD	Lerma y Márquez (2010) mencionan que la competitividad en términos comerciales se define como "...la posibilidad de triunfar sobre otros oferentes cuando al afrontar los productos sustitutos, se tiene alta probabilidad de salir favorecidos por la compra del consumidor..." (p.38).	Se obtendrán datos de las fuentes primarias, mediante la técnica de encuesta y determinar la competitividad de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015 considerando puntos importantes como su micro y macro entorno. Mediante observación el investigador, evaluará el grado de competitividad de las empresas.	NIVEL MACROESTRUCTURAL	Infraestructura	5	Ordinal	
				Tecnología	2	Ordinal	
				Apoyo institucional	3	Ordinal	
				Interrelación	2	Ordinal	
				Normatividad	3	Ordinal	
			NIVEL MICROESTRUCTURAL	Producto o servicio	4	Ordinal	
				Precio	3	Ordinal	
				Comercialización	2	Ordinal	
				Actitud hacia los negocios	3	Ordinal	
				Empresa	3	Ordinal	
	Definición Conceptual	Definición Operacional	DIMENSIONES	Indicadores	ITEMS	ESCALA	
LOGISTICA	Según Cooper, Closs & Bowersox (2007) "la logística implica la administración del procesamiento de pedidos, el inventario, el transporte y la combinación del almacenamiento todo esto integrado mediante la red empresarial. La meta de la logística es apoyar los requerimientos operativos de las adquisiciones, fabricación y el abastecimiento del cliente". (p.22)	Se obtendrán datos de las fuentes primarias, mediante la técnica de encuesta y determinar la importancia que tienen los diferentes tipos de entornos en la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015 Una relación, idéntica, se establecerán con los demás componentes de los indicadores	Infraestructura de Transporte	Funcionalidad	2	Ordinal	
				Tipos de transporte	2	Ordinal	
				Servicios de transporte	3	Ordinal	
			Almacenamiento	Almacenamiento estratégico	4	Ordinal	
				Decisiones de almacenamiento	3	Ordinal	
			Manejo de inventario	Funcionalidad Planeación	2	Ordinal	
				Prácticas de administración de inventario	2	Ordinal	
			Atención al cliente	Mercadotecnia del cliente	4	Ordinal	
				Servicio al cliente	2	Ordinal	
				Satisfacción del cliente	2	Ordinal	
Éxito del cliente	4	Ordinal					

2.5 Población y muestra

2.5.1 Definición del tamaño de población

2.5.1.1 Población. –Para Fracica (1998, citado en Bernal, 2010) señala que la población “es el conjunto de todos los elementos a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo” (p.36).

La población de estudio para esta investigación estará conformada por 25 personas de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima.

2.5.2 Calculo del tamaño de muestra

2.5.2.2 Muestra. - Para Bernal (2010) la muestra es “la parte de la población que se selecciona de la cual realmente se obtiene la información para el desarrollo del estudio y sobre cual se efectuaran la medición y la observación de las variables objeto de estudio” (p.161).

Según, Hernández citado en Castro (2003), indica que “si la población es menor a cincuenta individuos, la población es igual a la muestra” (p.69)

La muestra es censal de 25 personas de la población, dado que se trabajará con todos los elementos de la población debido a la pequeña extensión de la misma, quedando conformada por 25 personas de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima.

.

2.6 Técnicas e instrumentos de datos, validez y confiabilidad

2.6.1 Técnica. –Para Bernal (2010) “la encuesta es una de las técnicas de recolección de información” (p.194) Se utilizará la encuesta para recolectar datos de una población, la cual nos dará ciertos resultados, en la cual nuestra encuesta debe estar apuntada a nuestros objetivos planteados de la investigación.

2.6.2 Instrumento de Recolección de datos. - El instrumento que se aplicará a este proyecto de investigación será el cuestionario, el cual para Bernal (2010), consiste en “un conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas” (p.194). El instrumento estará en relación a las dimensiones de la variable competitividad y logística y estará diseñado con el fin de recolectar información que describa la Competitividad y su relación con la logística de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015.

2.6.3 Validez. - La validación es la pertinencia de un instrumento de medición, el cual, para el autor Ugarriza(2000), señalan que “la validez se refiere a la exactitud con el cual el instrumento mide lo que se propones medir, es decir es la eficacia de un instrumento para representar o describir el atributo que le interesa al examinador” (p. 180). Por este motivo, el cuestionario contará con las dimensiones, conceptos e indicadores que representarán a las variables competitividad y logística. Finalmente, el Juicio de Expertos estará siendo conformado por tres docentes expertos en metodología de la investigación científica y/o temáticos correspondientes, quienes validarán el instrumento a aplicar.

PROFESORES	
SABINO MUÑOZ LEDESMA	75%
FERNANDO MARQUEZ CARO	75%
MARCO CANDIA MENOR	75%
RANDALL SEMINARIO UNZUETA	75%

2.6.4 Confiabilidad. - Para este punto, se realizarán las encuestas a los trabajadores de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima.

Una vez obtenido los resultados realizada mediante cuestionario, se procederá a obtener la confiabilidad del instrumento en mención por el sistema SPSS, obteniendo así un resultado con el coeficiente de Alpha de Cronbach.

VARIABLE 1 :COMPETITIVIDAD

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,733	30

VARIABLE 2:LOGISTICA

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,743	30

2.7 Método de análisis de datos

2.7.1 Análisis Descriptivo. – el análisis se basará en una cierta cantidad de datos y se limitará a la utilización de la estadística descriptiva (media, la mediana, moda o la varianza). Así mismo, se utilizará el sistema SPSS para poder procesar los resultados obtenidos por medio del instrumento, con el fin de analizar las variables de estudio con sus respectivas dimensiones.

2.7.2 Análisis ligado a Hipótesis. - Cada una de las hipótesis planteadas en el proyecto de investigación serán verificadas mediante el instrumento, se podrá identificar si existe relación entre las variables de estudio.

III. RESULTADOS

3.1 Estadística Descriptiva

3.1.1 Variable 1 – Competitividad

Estadísticos

COMP		
N	Válidos	25
	Perdidos	0
Media		98,60
Mediana		99,00
Moda		99
Desv. típ.		9,661
Asimetría		1,080
Error típ. de asimetría		,464
Curtosis		2,378
Error típ. de curtosis		,902
Mínimo		84
Máximo		128
Percentiles	25	91,00
	50	99,00
	75	103,00

En la Tabla 1, se muestra que, el promedio de “Competitividad” según la observadas en 25 de los encuestados fue de 98,60 (rango de 30 – 154), teniendo 99 como el valor más repetido. Así mismo, la calificación mínima fue 84 y máxima 128. La distribución de los datos se encontraba sesgada a los menores valores (Asimetría = 1,080) y (Curtosis = 2,378).

Tabla 1: Competitividad

KCOMP

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulada
Válidos N DE ACUERDO/NI EN DEACUERDO(80-104)	21	84,0	84,0	84,0
DEACUERDO(05-29)	4	16,0	16,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

En la Tabla 2, se muestra que: el 16% de los encuestados lograban un nivel de “Desacuerdo” en la competitividad.

Tabla 2: Competitividad

COMP					
		-frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	84	2	8,0	8,0	8,0
	88	1	4,0	4,0	12,0
	89	1	4,0	4,0	16,0
	91	3	12,0	12,0	28,0
	94	1	4,0	4,0	32,0
	95	2	8,0	8,0	40,0
	97	1	4,0	4,0	44,0
	98	1	4,0	4,0	48,0
	99	4	16,0	16,0	64,0
	101	1	4,0	4,0	68,0
	102	1	4,0	4,0	72,0
	103	3	12,0	12,0	84,0
	104	1	4,0	4,0	88,0
	110	1	4,0	4,0	92,0
	113	1	4,0	4,0	96,0
	128	1	4,0	4,0	100,0
Tota		25	100,0	100,0	

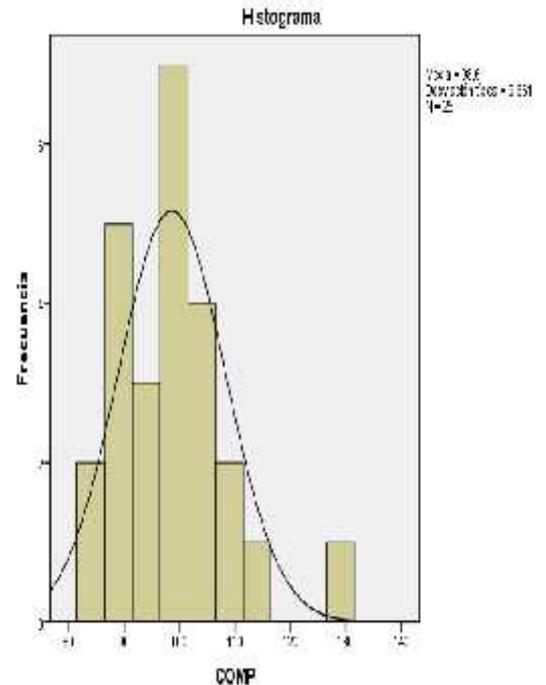


Tabla 3: COMPETITIVIDAD

Grafico 1: COMP

3.1.1.1 Dimensión 1 – Nivel Macroestructural

Estadísticos

NME0115		
N	Válidos	25
	Perdidos	0
Media		50,80
Mediana		51,00
Moda		55
Desv. típ.		7,605
Asimetría		,829
Error típ. de asimetría		,464
Curtosis		2,548
Error típ. de curtosis		,902
Mínimo		36
Máximo		74
Percentiles	25	46,00
	50	51,00
	75	55,50

En la Tabla 4, se muestra que, el promedio de “Nivel estructural” según la observadas en 25 de los encuestados fue de 50,80 (rango de 15-79), teniendo 55 como el valor más repetido. Así mismo, la calificación mínima fue 36 y máxima 74. La distribución de los datos se encontraba sesgada a los menores valores (Asimetría = 0,829) y (Curtosis = 2,548).

Tabla 4: Nivel macroestructural

NME0115

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valores ENDESAACUERDO(39-42)	2	8,0	8,0	8,0
N DEACUERDO(43-52)	14	56,0	56,0	64,0
DEACUERDO(54-58)	6	24,0	80,0	88,0
TOTALMENTE DE ACUERDO(59-74)	1	4,0	100,0	100,0
Total	23	100,0	100,0	

En la Tabla 5, se muestra que: el 4% de los encuestados lograban un nivel de “Totalmente de acuerdo” en el nivel macroestructural.

Tabla 5: Nivel macroestructural

NME0115

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Valores	38	1	4,0	4,0
40	1	4,0	4,0	8,0
42	1	4,0	4,0	12,0
44	1	4,0	4,0	16,0
45	1	4,0	4,0	20,0
46	2	8,0	8,0	28,0
47	2	8,0	8,0	36,0
48	2	8,0	8,0	44,0
50	1	4,0	4,0	48,0
51	2	8,0	8,0	56,0
52	2	8,0	8,0	64,0
55	3	12,0	12,0	76,0
56	2	8,0	8,0	84,0
58	3	12,0	12,0	96,0
74	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

Tabla 6: Nivel macroestructural

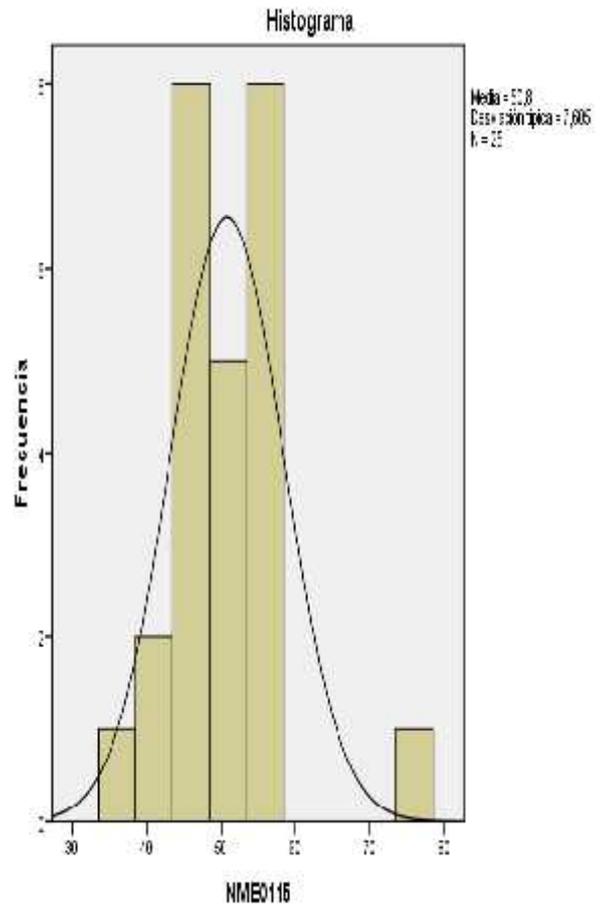


Grafico 2: NM

3.1.1.2 Dimensión 2 – Nivel microestructural

Estadísticos

NME1630

N	Válidos	25
	Perdidos	0
Media		47,80
Mediana		47,00
Moda		47
Desv. típ.		3,708
Asimetría		,518
Error típ. de asimetría		,464
Curtosis		-,796
Error típ. de curtosis		,902
Mínimo		43
Máximo		55
Percentiles	25	44,50
	50	47,00
	75	51,00

En la Tabla 7, se muestra que, el promedio de “Nivel microestructural” según observadas en 25 de los encuestados fue de 47,80 (rango de 15-79), teniendo 47 como el valor más repetido. Así mismo, la calificación mínima fue 43 y máxima 55. La distribución de los datos se encontraba sesgadas a los menores valores (Asimetría = 0,518) y (Curtosis = -0,796).

Tabla 7: Nivel microestructural

NME1630

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulac
Válidos	N DEACUERDO EN DEACUERDO(41-53)	22	38,0	88,0	88,0
	DEACUERDO(54-66)	3	12,0	100,0	100,0
Tota		25	100,0	100,0	

En la Tabla 8, se muestra que: el 12% de los encuestados lograban un nivel de “Desacuerdo” en el nivel microestructural.

Tabla 8: Nivel microestructural

NME1630

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	25	100,0	100,0	
43	3	12,0	12,0	12,0
44	3	12,0	12,0	24,0
45	2	8,0	8,0	32,0
46	1	4,0	4,0	36,0
47	5	20,0	20,0	56,0
48	3	12,0	12,0	68,0
49	1	4,0	4,0	72,0
51	2	8,0	8,0	80,0
52	1	4,0	4,0	84,0
53	1	4,0	4,0	88,0
54	2	8,0	8,0	96,0
55	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

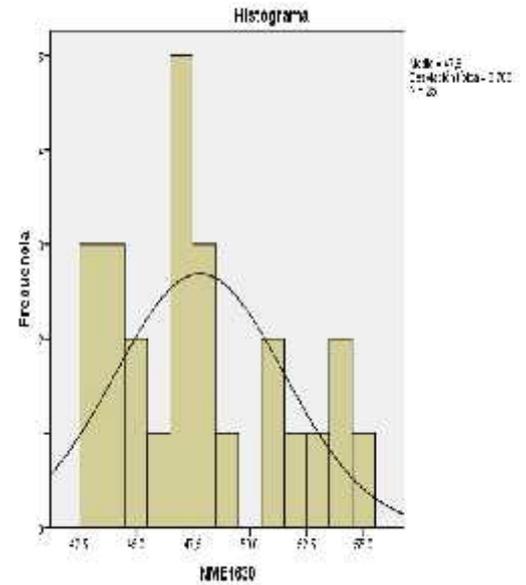


Tabla 9: Nivel microestructural

Grafico 3: NM

3.1.2 Variable - Logística

Estadísticos

LOG		
N	Válidos	25
	Perdidos	0
Media		97,12
Mediana		95,00
Moda		87
Desv. típ.		10,990
Asimetría		,795
Error típ. de asimetría		,464
Curtosis		-,105
Error típ. de curtosis		,902
Mínimo		83
Máximo		123
Percentiles	25	87,00
	50	95,00
	75	102,00

En la Tabla 10, se muestra que, el promedio de Logística observadas en 25 de los encuestados fue de 97,12 (rango de 30-154), teniendo 87 como el valor más repetido. Así mismo, la calificación mínima fue 83 y máxima 123. La distribución de los datos se encontraba sesgadas a los menores valores (Asimetría = 0,795) y (Curtosis = -0,105)

Tabla 10: Logística

LOG

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	N DE ACUERDO (NIEN DE ACUERDO) (80-104)	3	32,0	32,0	32,0
	DE ACUERDO (15-29)	15	60,0	60,0	92,0
	TOTALMENTE DE ACUERDO (130-154)	2	8,0	8,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

En la Tabla 11, se muestra que: el 8% de los encuestados lograban un nivel de “Totalmente de acuerdo” en la Logística.

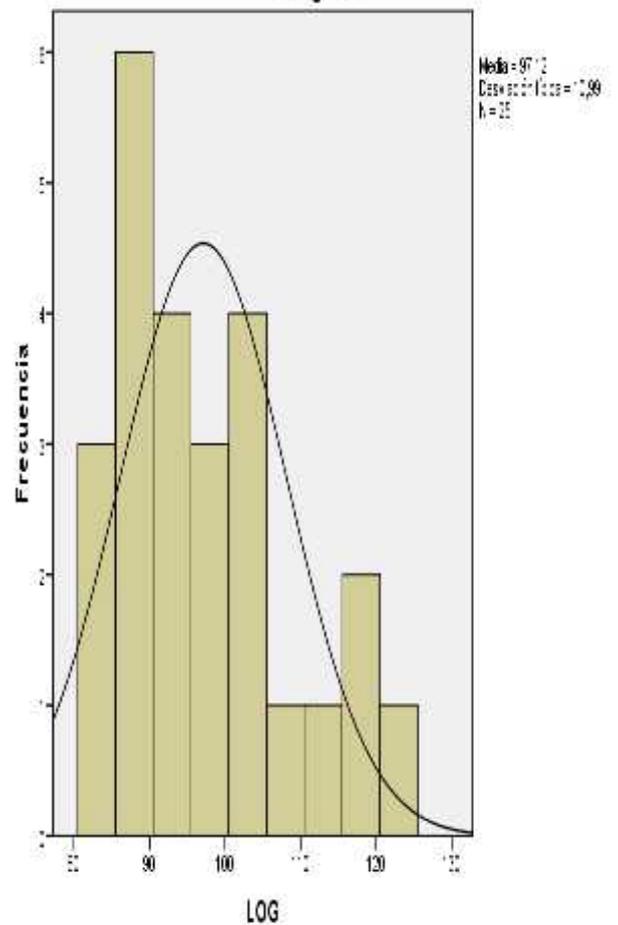
Tabla 11: Logística

LOG

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	83	1	4,0	4,0	4,0
	85	2	8,0	8,0	12,0
	86	1	4,0	4,0	16,0
	87	3	12,0	12,0	28,0
	89	2	8,0	8,0	36,0
	92	1	4,0	4,0	40,0
	94	2	8,0	8,0	48,0
	95	1	4,0	4,0	52,0
	96	1	4,0	4,0	56,0
	99	1	4,0	4,0	60,0
	100	1	4,0	4,0	64,0
	101	2	8,0	8,0	72,0
	102	2	8,0	8,0	80,0
	107	1	4,0	4,0	84,0
	112	1	4,0	4,0	88,0
	118	2	8,0	8,0	96,0
	123	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

Tabla 12: Logística

Histograma



3.1.2.1 Dimensión – Infraestructura de transporte

Estadísticos

IT0107

N	Válidos	25
	Perdidos	0
Media		21,36
Mediana		21,00
Moda		19
Desv. típ.		3,729
Asimetría		,206
Error típ. de asimetría		,464
Curtosis		-,678
Error típ. de curtosis		,902
Mínimo		15
Máximo		29
Percentiles	25	18,50
	50	21,00
	75	24,00

En la Tabla 13 se muestra que, el promedio de Logística observadas en 25 de los encuestados fue de 21,36 (rango de 7-36), teniendo 19 como el valor más repetido. Así mismo, la calificación mínima fue 15 y máxima 29. La distribución de los datos se encontraba sesgada a los menores valores (Asimetría = 0,206) y (Curtosis = -0,678).

Tabla 13: Infraestructura de transporte

IT0107

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acum. acc
Válidos EN DEACUERDO(3-18)	5	20,0	20,0	20,0
NI DEACUERDO/NI EN DEACUERDO(19-24)	14	56,0	56,0	80,0
DEACUERDO(25-30)	5	20,0	20,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

En la Tabla 14, se muestra que: el 20% de los encuestados lograban un nivel de “De acuerdo” en la infraestructura de transporte.

Tabla 14: Infraestructura de transporte

IT0107

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	2	8,0	3,0	8,0
	4	16,0	13,0	24,0
	5	20,0	20,0	44,0
20	1	4,0	4,0	48,0
21	1	4,0	4,0	52,0
22	1	4,0	4,0	56,0
23	3	12,0	12,0	68,0
24	3	12,0	12,0	80,0
25	2	8,0	3,0	88,0
27	2	8,0	3,0	96,0
29	1	4,0	4,0	100,0
Total	25	100,0	100,0	

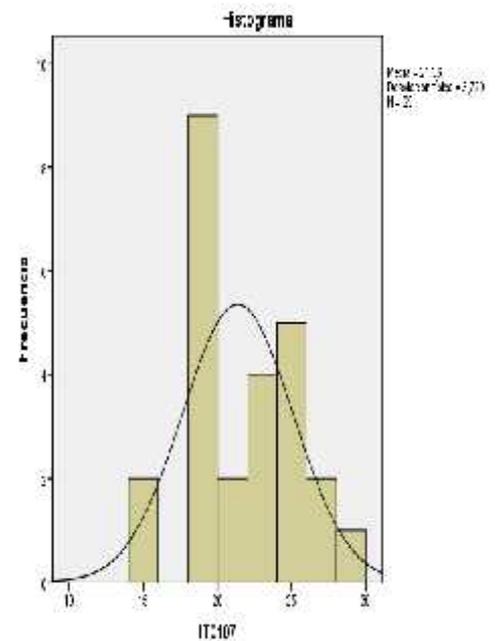


Tabla 15: Infraestructura de transporte

3.1.2.2 Dimensión – Almacenamiento

Estadísticos

ALM0814

N	Válidos	25
	Perdidos	0
Media		23,48
Mediana		25,00
Moda		25
Desv. típ.		2,786
Asimetría		-,203
Error típ. de asimetría		,464
Curtosis		-1,506
Error típ. de curtosis		,902
Mínimo		19
Máximo		27
Percentiles	25	20,00
	50	25,00
	75	25,50

En la Tabla 16 se muestra que, el promedio de Logística observadas en 25 de los encuestados fue de 23,48 (rango de 7-36), teniendo 25 como el valor más repetido. Así mismo, la calificación mínima fue 19y máxima 27. La distribución de los datos se encontraba sesgadas a los menores valores (Asimetría = -0,203 y (Curtosis = -1,506).

Tabla 16: Almacenamiento

KALM0814

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	N DEACUERDO EN DEACUERDO(19-24)	12	48,0	43,3	43,3
	DEACUERDO(25-30)	13	52,0	52,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

En la Tabla 17, se muestra que: el 52% de los encuestados lograban un nivel de “De acuerdo” en la almacenamiento.

Tabla 17: Almacenamiento

ALM0814

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	19	1	4,0	4,0	4,0
	20	3	12,0	12,0	16,0
	22	4	16,0	16,0	32,0
	24	1	4,0	4,0	36,0
	25	7	28,0	28,0	64,0
	26	1	4,0	4,0	68,0
	27	3	12,0	12,0	80,0
	Total	25	100,0	100,0	

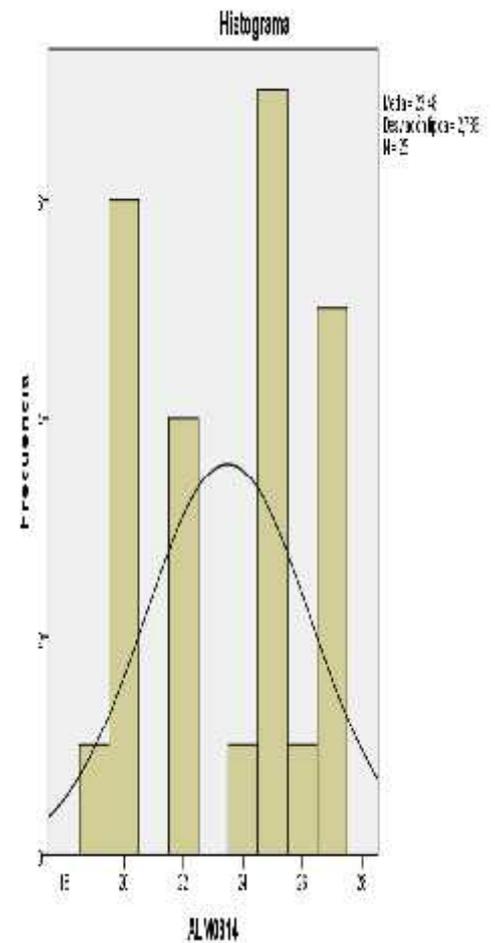


Tabla 18: Almacenamiento

3.1.2.3 Dimensión – Manejo de inventario

Estadísticos

MI1518

N	Válidos	25
	Perdidos	0
Media		11,88
Mediana		13,00
Moda		13
Desv. típ.		2,333
Asimetría		-,164
Error típ. de asimetría		,464
Curtosis		-,095
Error típ. de curtosis		,902
Mínimo		7
Máximo		17
Percentiles	25	10,00
	50	13,00
	75	13,00

En la Tabla 19 se muestra que, el promedio de Manejo de inventario observadas en 25 de los encuestados fue de 11,88(rango de 4-23), teniendo 13 como el valor más repetido. Así mismo, la calificación mínima fue 7 y máxima 17. La distribución de los datos se encontraba sesgadas a los menores valores (Asimetría = -0,164) y (Curtosis = -0,095).

Tabla 19: Manejo de inventario

MI1518

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulad
Válidos TOTALMENTE EN DESACUERDO(4-7)	1	4,0	4,0	4,0
EN DESACUERDO(8-11)	9	36,0	36,0	40,0
NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO(12-15)	14	56,0	56,0	96,0
DE ACUERDO(16-19)	1	4,0	4,0	100,0
Tota	25	100,0	100,0	

En la Tabla 20, se muestra que: el 4% de los encuestados lograban un nivel de “Desacuerdo” en el manejo de inventario.

Tabla 20: Manejo de inventario

MI1518

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 7	1	4,0	4,0	4,0
8	1	4,0	4,0	8,0
9	2	8,0	8,0	16,0
10	4	16,0	16,0	32,0
11	2	8,0	8,0	40,0
12	2	8,0	8,0	48,0
13	8	32,0	32,0	80,0
14	3	12,0	12,0	92,0
15	1	4,0	4,0	96,0
17	1	4,0	4,0	100,0
Tota	25	100,0	100,0	

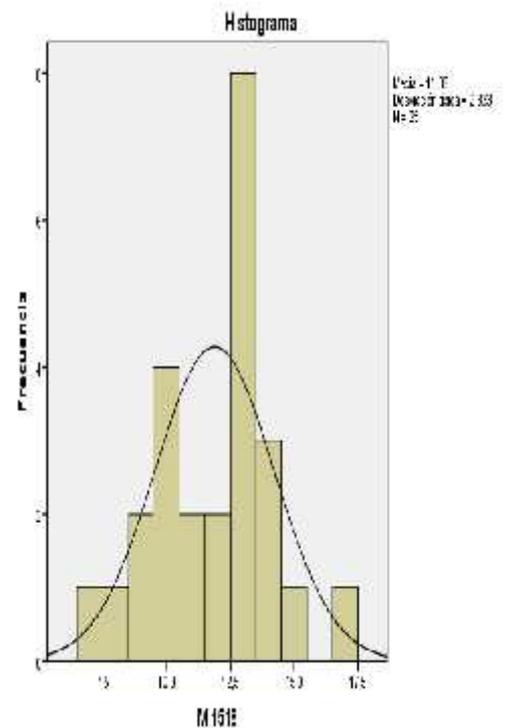


Tabla 21: Manejo de inventario

3.1.2.4 Dimensión – Atención al cliente

Estadísticos

ALC1930

N	Válidos	25
	Perdidos	0
Media		40,40
Mediana		38,00
Moda		38
Desv. típ.		7,979
Asimetría		,546
Error típ. de asimetría		,464
Curtosis		-,817
Error típ. de curtosis		,902
Mínimo		29
Máximo		56
Percentiles	25	33,50
	50	38,00
	75	47,00

En la Tabla 22 se muestra que, el promedio de Manejo de inventario observadas en 25 de los encuestados fue de 40,40 (rango de 12-61), teniendo 38 como el valor más repetido. Así mismo, la calificación mínima fue 29 y máxima 56. La distribución de los datos se encontraba sesgadas a los menores valores (Asimetría = 0,546) y (Curtosis = -0,817).

Tabla 22: Atención al cliente

KALC1930

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	En desacuerdo(20-31)	3	12,0	12,0	12,0
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo(32-41)	12	48,0	60,0	60,0
	De acuerdo(42-51)	7	28,0	88,0	88,0
	Total de los de acuerdo(52-61)	3	12,0	100,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

En la Tabla 23, se muestra que: el 12% de los encuestados lograban un nivel de “Totalmente de acuerdo” en la atención al cliente

Tabla 23: Atención al cliente

ALC1930

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	29	1	4,0	4,0	4,0
	31	2	8,0	8,0	12,0
	32	2	8,0	8,0	20,0
	33	1	4,0	4,0	24,0
	34	1	4,0	4,0	28,0
	35	2	8,0	8,0	36,0
	37	1	4,0	4,0	40,0
	38	3	12,0	12,0	52,0
	39	1	4,0	4,0	56,0
	40	1	4,0	4,0	60,0
	42	2	8,0	8,0	68,0
	44	2	8,0	8,0	76,0
	50	2	8,0	8,0	84,0
	51	1	4,0	4,0	88,0
	53	1	4,0	4,0	92,0
	54	1	4,0	4,0	96,0
	55	1	4,0	4,0	100,0
	Total	25	100,0	100,0	

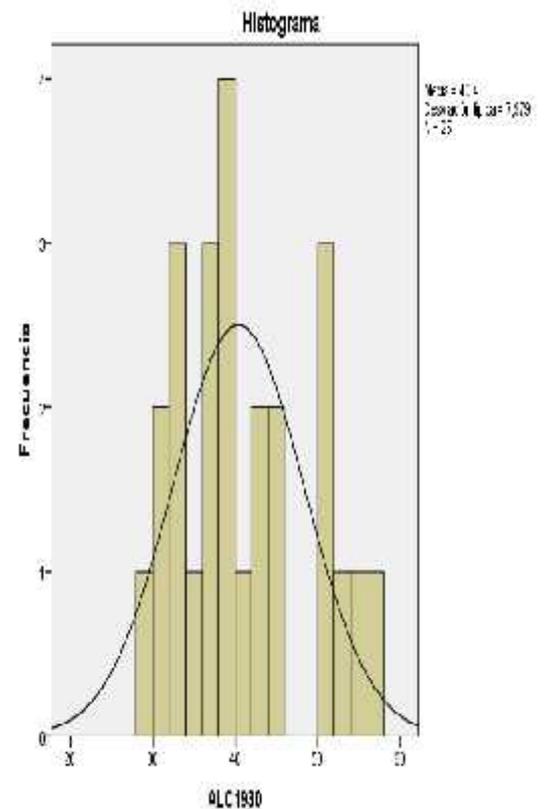


Tabla 24: Atención al cliente

3.2 Normalidad de Variables

Ho: Las variables “Competitividad” y “Logística” provienen de una distribución normal.

H1: Las variables “Competitividad” y “Logística” y “Exportación” provienen de una distribución no normal.

Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov ^a		Shapiro-Wilk			
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
COMP	,164	25	,060	,923	25	,012
LOG	,130	25	,200	,927	25	,013

a. Casos válidos: la significación de Liliens

En la Tabla 25, se observa que, analizado las variables competitividad y logística el valor Sig. Es de 0,082 > 0.05, evidenciando que se cumple la H₀: Existe una distribución normal, entre los competitividad y logística de la empresa Grupo M&R S.R.L. Distrito de San Luis Lima, 2015

Tabla 25: Pruebas de Normalidad

3.3 Contraste de Hipótesis General

3.3.1 Relación entre la variable “Competitividad” y “Logística”.

H₀: No existe relación entre la Competitividad y Logística de la empresa Grupo M&R S.R.L. Distrito de San Luis Lima, 2015

H₁: Existe relación, entre la Competitividad y Logística de la empresa Grupo M&R S.R.L. Distrito de San Luis Lima, 2015

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	3,423 ^a	2	,181
Razón de verosimilitudes	4,199	2	,123
Asociación lineal por lineal	3,206	1	,073
N de casos válidos	25		

a. 4 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,32.

Tabla 26: Relación entre la competitividad y logística

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,370	,181
	V de Cramer	,370	,181
N de casos válidos		25	

Tabla 27: Relación entre la competitividad y logística

Tabla de contingencia KCOMP * KLOG

			KLOG			Total
			N DE ACUERDO/NI EN DESACUERDO (80-104)	DEACUERDO (105-129)	TOTALMENTE DE ACUERDO (130-154)	
KCOMP	N DE ACUERDO/NI EN DESACUERDO(80-104)	Recuento	8	12	1	21
		Frecuencia esperada	5,7	12,6	1,7	21,0
	DEACUERDO(105-129)	Recuento	0	3	1	4
		Frecuencia esperada	1,3	2,4	,3	4,0
Total		Recuento	8	15	2	25
		Frecuencia esperada	3,0	15,0	2,0	25,0

Tabla 28: Relación entre la competitividad y logística

En la Tabla 27, se encuentra que, no existe relación entre la competitividad y la logística, porque el valor Sig. Es (0,181) es mayor que el valor crítico (0,05), es decir, se cumple la Hipótesis nula. Ho: No existe relación entre la Competitividad y Logística de la empresa Grupo M&R S.R.L. Distrito de San Luis Lima,2015

3.3.2 Relación entre la variable “Competitividad” y dimensión “Infraestructura de transporte”

Ho: No Existe relación entre la competitividad y la infraestructura de transporte de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

H1: Existe relación entre la competitividad y la infraestructura de transporte de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,962 ^a	2	,227
Razón de verosimilitudes	2,642	2	,267
Asociación lineal por lineal	,877	1	,349
N de casos válidos	25		

a. 4 casillas (66,7%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,80.

Tabla 29: Relación entre competitividad y la infraestructura de transporte

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Phi	,344	,227
V de Cramer	,344	,227
N de casos válidos	25	

Tabla 30: Relación entre competitividad y la infraestructura de transporte

Tabla de contingencia KCOMP * KIT0107

			KIT0107			Total
			EN DESACUERDO (13-18)	N DEACUERDO NI EN DESACUERDO (19-24)	DEACUERDO (25-30)	
KCOMP	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO (80-104)	Recuento	5	13	3	21
		Frecuencia esperada	5,0	11,8	4,2	21,0
	DEACUERDO (105-129)	Recuento	1	1	2	4
		Frecuencia esperada	1,0	2,2	,3	4,0
Total		Recuento	6	14	5	25
		Frecuencia esperada	5,0	14,0	5,0	25,0

Tabla 31: Relación entre competitividad y la infraestructura de transporte

En la Tabla 30, se encuentra que, no existe relación entre la competitividad e infraestructura de transporte, porque el valor Sig. Es (0,227) es mayor que el valor crítico (0,05), es decir, se cumple la Hipótesis nula. H_0 : No existe relación entre la Competitividad e infraestructura de transporte de la empresa Grupo M&R S.R.L. Distrito de San Luis Lima, 2015

3.3.3 Relación entre la variable “Competitividad” y la dimensión “Almacenamiento”

H_0 : No Existe relación entre almacenamiento y la competitividad de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

H_1 : Existe relación entre almacenamiento y la competitividad de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,009 ^a	1	,315
Corrección por continuidad	,210	1	,647
Razón de verosimilitudes	1,054	1	,305
Asociación lineal por lineal	,969	1	,325
N de casos válidos	25		

a. 2 casillas (50,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,92.

Tabla 32: Relación entre competitividad y almacenamiento

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Phi	,201	,315
V de Cramer	,201	,315
N de casos válidos	25	

- a. Asumiendo la hipótesis alternativa.
- b. Empleando el error típico asintótico basado en la hipótesis nula.

Tabla 33: Relación entre competitividad y almacenamiento

Tabla de contingencia KCOMP * KALM0814

			KALM0814		Total
			NI DEACUERDO /NI EN DESACUERDO(19-24)	DEACUERDO (25-30)	
KCOMP	NI DE ACUERDO/NI EN DESACUERDO(80-104)	Recuento	11	10	21
		Frecuencia esperada	10,1	10,9	21,0
	DEACUERDO(105-129)	Recuento	1	3	4
		Frecuencia esperada	1,9	2,1	4,0
Total		Recuento	12	13	25
		Frecuencia esperada	12,0	13,0	25,0

Tabla 34: Relación entre competitividad y almacenamiento

En la Tabla 33, se encuentra que, no existe relación entre la competitividad y almacenamiento, porque el valor Sig. Es (0,315) es mayor que el valor crítico (0,05), es decir, se cumple la Hipótesis nula.
H₀: No existe relación entre la Competitividad e infraestructura de transporte de la empresa Grupo M&R S.R.L. Distrito de San Luis Lima,2015

3.3.4 Relación entre la variable “Competitividad” y dimensión “Manejo de inventarios”

Ho: No Existe relación entre manejo de inventarios y la competitividad de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

H1: Existe relación entre manejo de inventarios y la competitividad de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,631 ^a	3	,131
Razón de verosimilitudes	4,221	3	,239
Asociación lineal por lineal	1,829	1	,176
N de casos válidos	25		

a. 6 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,16.

Tabla 35: Relación entre competitividad y manejo de inventarios

Medidas simétricas

		Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal	Phi	,475	,131
	V de Cramer	,475	,131
N de casos válidos		25	

Tabla 36: Relación entre competitividad y manejo de inventarios

Tabla de contingencia KCOMP * KMI1518

			KMI 518				Total
			TOTALMENTE EN DESACUERDO (2-7)	EN DESACUERDO (8-11)	NI DEACUERDO NI EN DESACUERDO (12-15)	DEACUERDO (16-19)	
KCOMP	NI DEACUERDO NI EN DESACUERDO (2-104)	Recuento	1	3	12	0	21
		Frecuencia esperada	,8	7,8	11,8	,8	21,2
	DEACUERDO (105-129)	Recuento	0	1	2	1	4
		Frecuencia esperada	,2	1,4	2,2	,2	4,2
Total		Recuento	1	3	14	1	25
		Frecuencia esperada	1,0	9,2	14,0	1,0	25,2

Tabla 37: Relación entre competitividad y manejo de inventarios

En la Tabla 36, se encuentra que, no existe relación entre la competitividad y manejo de inventarios, porque el valor Sig. Es (0,131) es mayor que el valor crítico (0,05), es decir, se cumple la Hipótesis nula.

H₀: No existe relación entre la Competitividad y manejo de inventarios de la empresa Grupo M&R S.R.L. Distrito de San Luis Lima, 2015.

3.3.5 Relación entre la variable “Competitividad” y la dimensión “Atención al cliente”

H₀: No Existe relación entre atención al cliente y la competitividad de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

H₁: Existe relación entre atención al cliente y la competitividad de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	5,424 ^a	3	,143
Razón de verosimilitudes	5,539	3	,136
Asociación lineal por lineal	,778	1	,378
N de casos válidos	25		

a. 6 casillas (75,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,48.

Tabla 38: Relación entre competitividad y atención al cliente

Medidas simétricas

	Valor	Sig. aproximada
Nominal por nominal Phi	,466	,143
V de Cramer	,466	,143
N de casos válidos	25	

Tabla 39: Relación entre competitividad y atención al cliente

Tabla de contingencia KCOMP = KALC1930

KCOMP	NI DEACUERDO/NI EN DEACUERDO(80-104)	Recuento	KALC1930				Total
			EN DEACUERDO (22-31)		TOTALMENTE DE ACUERDO (42-51)		
			DEACUERDO (32-41)	DEACUERDO (52-61)	DEACUERDO (62-71)	DEACUERDO (82-91)	
NI DEACUERDO/NI EN DEACUERDO(80-104)	Recuento	3	1	4	3	21	
	Frecuencia esperada	2,5	1,1	6,9	2,6	21,0	
DEACUERDO(105-129)	Recuento	0	1	3	1	4	
	Frecuencia esperada	5	1,6	11	,6	4,0	
Total	Recuento	3	2	7	3	25	
	Frecuencia esperada	3,0	2,0	7,0	3,0	25,0	

Tabla 40: Relación entre competitividad y atención al cliente

En la Tabla 38, se encuentra que, no existe relación entre la competitividad y atención al cliente, porque el valor Sig. Es (0,143) es

mayor que el valor crítico (0,05), es decir, se cumple la Hipótesis nula.
H0: No existe relación entre la Competitividad y atención al cliente la empresa Grupo M&R S.R.L. Distrito de San Luis Lima,2015

3.4 Correlación

Correlaciones

			COMP	LOG
Rho de Spearman	COMP	Coefficiente de correlación	1,000	,475*
		Sig. (bilateral)	.	,016
		N	25	25
	LOG	Coefficiente de correlación	,475*	1,000
		Sig. (bilateral)	,016	.
		N	25	25

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

Tabla 41: Relación entre competitividad y logística

En la Tabla 30, Analizando las variables “Competitividad” y “Logística” se encontró que, existe una correlación débil equivalente a 0,475. Este resultado es estadísticamente no significativo para el nivel de $p < 0,05$, y es, asimismo, indicador de que ambas variables se relacionan de manera negativa; es decir, mientras mayor sea la puntuación en la variable Competitividad menor será la puntuación de la dimensión Logística

3.5 Gráficos

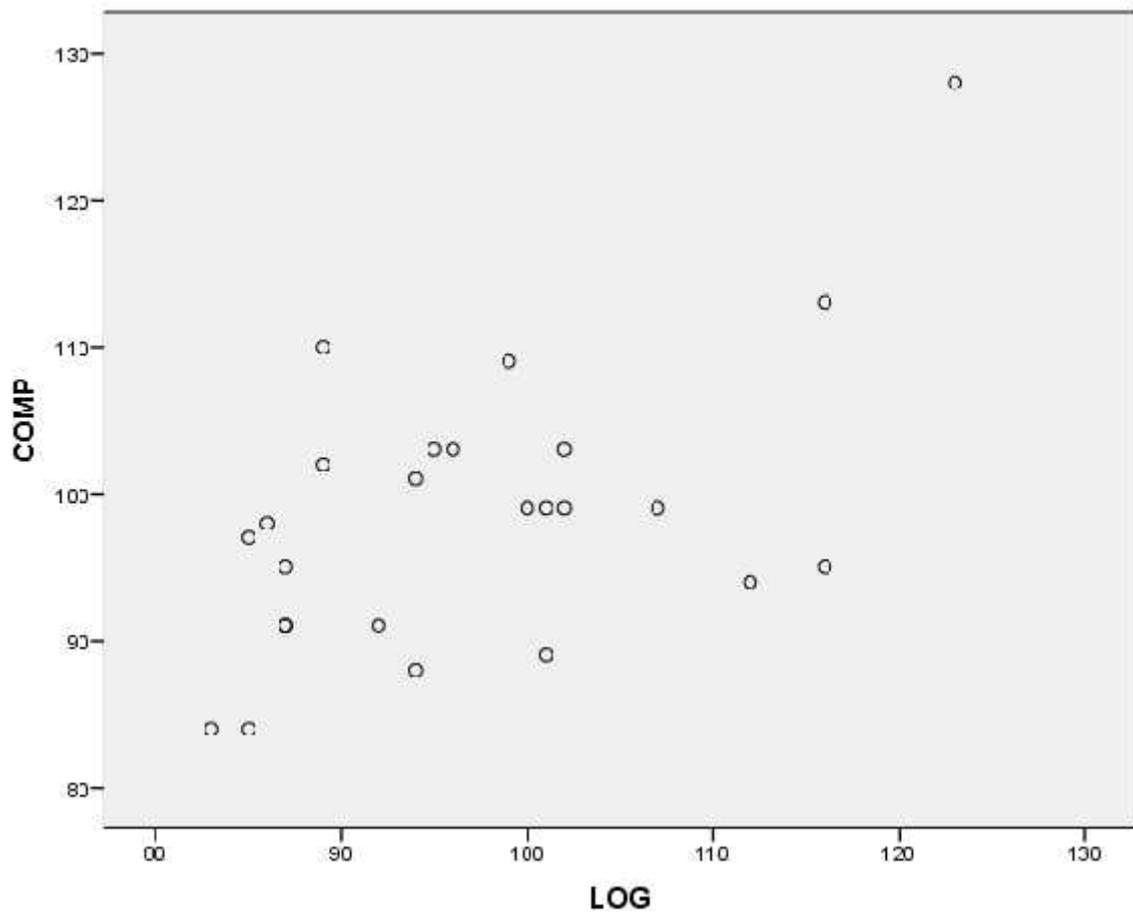


Tabla 42: Relación entre las variables Competitividad Y Logística

Diagrama de dispersión entre las variables de estudio Competitividad y la logística de la empresa Grupo M&R S.R.L. Distrito de San Luis, Lima, 2015

IV.DISCUSIÓN

En esta tesis se investigó acerca de la competitividad y logística de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis. Es por ello que, mediante esta investigación, se pretendió mostrar que existe una relación entre competitividad y logística de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis. Las hipótesis se desarrollaron con la finalidad de ver si existe relación de cada una de las dimensiones de logística (infraestructura de transporte, almacenamiento, inventarios y atención al cliente) con la variable competitividad.

Se encontró discrepancia con los resultados de Condezo ya que en su tesis *Gestión Logística y ventaja competitiva en la empresa Hierba Santa E.I.R.L en el distrito de Ate Lima en al año 2014* entre sus principales conclusiones identifica la relación entre sus dos variables ya que sus resultados de las encuestas los respalden, además se sugiere al área de despacho y distribución que para la entrega de los productos se hagan con una adecuada planificación y así cumplir con la entrega inmediata de los pedidos.

Rondon (2014). En su tesis *Gestión logística y la productividad en la empresa Textil Hialpesa, 2013* de la facultad de Ciencias empresariales de la Universidad Cesar Vallejo. Esta tesis tuvo como objetivo general determinar la relación entre la gestión logística y la productividad en la empresa Textil Hialpesa, 2013. El tipo de investigación de la tesis fue correlacional descriptivo y diseño no experimental.

Se encontró coincidencia con el trabajo de Rondon ya que señala que la gestión de inventario es vital dentro del proceso productivo por eso es importante el tener un sistema de stock actualizado, pero a la vez una discrepancia ya que la en la presente investigación no se logro identificar la relación entre las dos variables.

Gasparcoaguila (2014). En su tesis *Gestión logística y productividad de la maquinaria pesada para minera en la empresa Rivera y Cia Chorrillos en el periodo 2014*. La tesis tuvo como objetivo general establecer la relación entre Gestión logística y productividad de la maquinaria pesada para minera en la empresa Rivera y Cia Chorrillos en el periodo 2014. El tipo de investigación es correlacional y diseño no experimental. Entre sus principales conclusiones menciona que la gestión

logística es cada vez mayor, el nivel de exigencia del mercado hacia las empresas en cuanto a la calidad, servicio, precio, facilidades de pago, mejoras en diseños, etc. De manera similar en esta investigación se encontró que las empresas necesitan un buen sistema logístico para poder aumentar la competitividad ante las empresas nacionales e internacionales.

V.CONCLUSIÓN

De la investigación realizada y de acuerdo a los datos procesados, se pueden establecer las siguientes conclusiones:

El objetivo general proponía “Determinar la relación entre competitividad y Logística de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015, al respecto, el valor Sig es (0,181) es mayor que el valor critico (0,05), es decir, se cumple la Hipótesis nula. H1: No existe relación entre la Competitividad y Logística de la empresa Grupo M&R S.R.L. Distrito de San Luis Lima, 2015 Tabla N° 27

Respecto a los objetivos específicos, se propuso en la tesis:

Determinar la relación entre la competitividad y la infraestructura de transporte de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015, al respecto, el valor Sig es (0,227) es mayor que el valor critico (0,05), es decir no se encontró relación entre la competitividad y la infraestructura de transporte de la empresa como se muestra en la Tabla N° 30

Determinar la relación entre el almacenamiento y la competitividad de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015, al respecto, el valor Sig es (0,315) es mayor que el valor critico (0,05), es decir no se encontró relación entre el almacenamiento y la competitividad como se muestra en la Tabla N° 33

Determinar la relación entre la competitividad y el almacenamiento de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015, al respecto, el valor Sig es (0,131) es mayor que el valor critico (0,05), es decir no se encontró relación entre la competitividad y el almacenamiento como se muestra en la Tabla N° 36

Determinar la relación entre la competitividad y la atención al cliente de la empresa Grupo M&R S.R.L distrito de San Luis Lima, 2015, al respecto, el valor Sig es (0,143) es mayor que el valor critico (0,05), es decir no se encontró relación entre la competitividad y la atención al cliente como se muestra en la Tabla N° 39

VI.RECOMENDACIONES

Realizando el análisis de investigación de la competitividad y logística de la empresa Grupo M&R SRL, después de analizar los resultados, se sugiere:

Las empresas de transporte de carga internacional deben implementar su área logística para poder aumentar su competitividad dentro del mercado nacional e internacional.

Utilizar teorías de soporte a los conceptos de competitividad y logística, con el propósito de relacionar lo empírico y lo teórico.

Se sugiere el uso de la estructura de los elementos la logística (infraestructura de transporte, almacenamiento, inventarios y atención al cliente) de Cooper, Closs & Bowersox para continuar examinando a la empresa y midiendo su gestión logística. Utilizar investigaciones que relacionen las variables competitividad y logística con el fin de mejorar su confiabilidad.

Entonces la función del transporte está relacionada con las necesidades de las empresas de poder transportar sus productos en los puntos de destino que tengan, las cuales debe tener la característica de seguridad, rapidez y el coste.

El estado debe ser consiente en brindar el apoyo a las pequeñas empresas, para fortalecer y evitar una mala atención al cliente, como en sus retrasos de entrega y mejorar los tiempos de entrega de sus mercancías hacia el mercado nacional e internacional.

VII. REFERENCIAS

- Bernal, C (2010). Metodología de la Investigación. (3ª ed.) Colombia: Pearson Educación
- Berumen, A (2009). Competitividad, clústers e innovación. México
- Betancourt, B (2014). Análisis sectorial y competitividad. Lima- Perú
- Condezo, J (2015). Gestión Logística y ventaja competitiva en la empresa Hierba Santa E.I.R.L en el distrito de Ate Lima en al año 2014. (Tesis de Maestría) Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Cooper, M ; Closs, D & Bowersox, D(2007). Administración y logística de la cadena de suministro. (2ª ed.) México D.F
- Gasparcoaguila, A (2014). Gestión logística y productividad de la maquinaria pesada para minera en la empresa Rivera y Cia Chorrillos en el periodo 2014” (Tesis de Maestría). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Gómez, C (2006) Propuesta de un modelo de gestión logística de abastecimiento internacional en las empresas grandes e importadoras de materia prima: Caso Manizales (Tesis para maestría, Universidad Nacional de Colombia). Recuperado de <http://www.bdigital.unal.edu.co/1201/1/cristiangiovannygomezmarin.2006.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2009). Guia de Orientacion al usuariodel transporte terrestre. Perú: Lima
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013). El ABC del comercio exterior. Perú: Lima
- Mora, L (2011). Gestión logística en centros de distribución, bodegas y almacenes. Bogotá: Ecoe Ediciones
- Muñoz, J; Segura, S & Tabima, D (2011). Diagnóstico de la cadena de abastecimiento de CO&TEX ci S.A.S, INCOCO S.A Y KOSTA AZUL S.A. (Tesis pñara licenciatura, Universidad de Pereyra). Recuperado de <http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/1015/DIAGNOSTICO%20DE%20LA%20CADENA%20DE%20ABASTECIMIENTO.pdf?sequence=4>

- Olvera, J (2012). El proceso de logística en las MpyMEs Xalapeñas del sector comercial (Tesis de licenciatura, Universidad Veracruzana). Recuperado de <http://docplayer.es/18912740-Universidad-veracruzana-tesis-jair-olvera-saldana-m-a-f-elda-magdalena-lopez-castro.html>
- Robusté, F (2005). Logística de transporte. (1ª ed.) Barcelona: Ediciones UPC
- Rondon, Z (2014). Gestión logística y la productividad en la empresa Textil Hialpesa,2013 (Tesis de Maestría) Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.
- Ugarriza, N (2000). Instrumentos para la investigación educacional. Lima: UNMSM

ANEXO N° 2 - INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS						
SEÑOR(A):						
<p>Buenos días/ Tarde me encuentro realizando una encuesta para recopilar datos con fines universitarios acerca de las dos variables de estudio de mi proyecto de investigación relacionadas a la competitividad y logística. Le agradezco de antemano cada minuto de su tiempo por responder las siguientes preguntas:</p> <p style="text-align: center;">Instrucciones</p> <p>I Marcar con un aspa (x) la alternativa que Ud. Crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible. Totalmente de acuerdo (5) – De acuerdo (4) – Ni de acuerdo/Ni en desacuerdo (3) - En desacuerdo (2) – Totalmente en desacuerdo (1)</p>						
CUESTIONARIO						
VARIABLE: COMPETITIVIDAD						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO/NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
		5	4	3	2	1
NIVEL MACRO ESTRUCTURAL	INFRAESTRUCTURA					
	1. Considera que en el Perú cuenta con la infraestructura necesaria para agilizar los movimientos de mercancía como medios de comunicación, transporte y los puertos					
	2. Considera que gracias a que otros países se han enfocado más en la educación estos han logrado el éxito en el comercio exterior					
	3. Considera que Aduanas cumple un rol importante al momento de permitir el retiro y/o envío de mercancías al exterior.					
	4. Las comunicaciones y el transporte influyen de manera directa en el proceso de comercialización de su producto.					
	5. Considera que el Perú cuenta con un sistema educativo de calidad, cultura exportadora y valores que le permitan alcanzar su próspero desarrollo en el comercio exterior.					
	TECNOLOGIA					
	6. Considera que el desarrollo tecnológico es el resultado de la existencia de un sistema educativo y de investigación en el ámbito de la excelencia					
	7. Considera que la tecnología ayuda a las empresas a mejorar su valor en la producción en una proporción mayor					
	APOYO INSTITUCIONAL					
8. Considera que el estado apoya a las empresas en cuanto a asesorías, información y entrenamiento especializado en comercio internacional						
9. Considera que para que un país opere en el mercado exterior y sea atractivo para la inversión nacional y extranjera se requiere que el país sea estable en materia política y que cuente con orden y paz social						
10. Considera que el gobierno debería enfocarse en el apoyo financiero a las empresas en el ámbito internacional						
INTERRELACION						

	11. Considera que la cultura exportadora y de negocios internacionales promueve a la participación activa en los mercados extranjeros					
	12. Considera que deben existir condiciones de seguridad para los actores de una operación comercial (exportadores e importadores) y la presencia de valores para edificar la confianza en las relaciones internacionales					
	13. Considera que en el ámbito internacional es indispensable los establecimientos de relaciones comerciales perdurables					
	NORMATIVIDAD					
	14. Considera que el gobierno debería proveer un marco de seguridad y de apoyo necesario y cree la infraestructura requerida para el comercio internacional					
	15. Considera que la legislación y los convenios respecto al comercio exterior determinan el éxito o fracaso de las exportaciones e importaciones					
NIVEL MICRO ESTRUCTURAL	PRODUCTO O SERVICIO					
	16. Considera que el producto o servicio que ofrece es rentable en el mercado internacional					
	17. Considera que su empresa cuenta con un servicio de calidad que se diferencia de la competencia					
	18. Considera que el servicio ofrecido es adecuado y se enfoca en las necesidades de los consumidores					
	19. Considera que las empresas deben enfocarse en vender un producto o servicio con valor agregado					
	PRECIO					
	20. Considera que una empresa será más competitiva al ofrecer menores precios que los competidores					
	21. Considera que las estrategias de las empresas deben enfocarse en la reducción de los costos					
	22. Considera que las empresas deben enfocarse en la optimización de sus precios					
	COMERCIALIZACION					
	23. Considera que las empresas deben enfocarse en la promoción de sus productos o servicios como parte de la comercialización					
	24. Considera que el mercado internacional es más rentable que el nacional					
	ACTITUD HACIA LOS NEGOCIOS					
	25. Considera que las empresas deben contar con una actitud de interés hacia los negocios internacionales					
	26. Acude o ha recibido alguna de capacitación en donde haya obtenido mayor información para mejorar sus proceso y operaciones					
	27. Busca información sobre entidades que puedan apoyar a mejor su negocio y su rentabilidad					
	EMPRESA					
28. Considera que una empresa competitiva debe contar con una buena capacidad financiera						
29. Considera que una empresa debe contar con una buena consolidación en sus organizaciones						
30. Considera que una empresa competitiva debe contar con una buena capacidad tecnológica						

VARIABLE: LOGISTICA					
INFRAESTRUCTURA DE TRANSPORTE	FUNCIONALIDAD				
	1. Las empresas de transporte deben ofrecer dos servicios: movimiento y almacenamiento de productos				
	2. La función de transporte debe enfocarse en la seguridad, la rapidez y el coste				
	TIPOS DE TRANSPORTE				
	3. La utilización de uno u otro modo de transporte depende de las ventajas de entrega que ofrezca				
	4. Considera que cada modo de transporte tiene atributos específicos que resultan adecuados para realizar un movimiento de flete en particular				
	SERVICIO DE TRANSPORTE				
	5. La calidad del servicio de transporte debe estar en función de las exigencias del mercado				
	6. El servicio de transporte debe conseguir la máxima rapidez y fiabilidad en las entregas				
	7. Se debe mantener la máxima seguridad tanto en el tráfico como con los productos que se transportan				
ALMACENAMIENTO	ALMACENAMIENTO ESTRATEGICO				
	8. La principal función de un almacén es una buena distribución de pedidos el surtido de productos				
	9. Una red de almacenes estratégicamente ubicado proporciona a los clientes la percepción de que recibirán un gran apoyo logístico				
	10. Los almacenes deben transformarse en instalaciones que se especialicen en realizar servicios de valor agregado				
	11. El objetivo de los almacenes es recibir los productos de manera eficiente, guardarlo como se requiere, ensamblar pedidos completos y hacer el embarque al cliente				
	NORMATIVIDAD				
	12. Para cada pedido debe seleccionarse y empacarse a combinación de productos que cumplan con los requerimientos específicos del pedido de un cliente				
	13. Un almacén debe incluir un lugar con una buena distribución de sus productos o pedidos				
14. El diseño de un almacén debe facilitar el flujo continuo y directo de los productos por el edificio					
MANEJO DE INVENTARIOS	FUNCIONALIDAD				
	15. Agrupar los productos con una letra o descripción para que sea más fácil encontrarlos				
	16. La función de los inventarios es establecer estrategias para una buena distribución de los pedidos o productos				
	ADMINISTRACION DE INVENTARIOS				
17. La administración del inventario define políticas y el proceso utilizados para determinar dónde poner el inventario y cuando iniciar embarques					

	18. La clasificación por producto agrupa a los productos, clientes con características similares para facilitar la administración del inventario					
ATENCION AL CLIENTE	MERCADOTECNIA DEL CLIENTE					
	19. Una mercadotecnia exitosa comienza con un estudio profundo de los clientes para identificar los requerimientos de sus productos y servicios					
	20. La mercadotecnia sirve para identificar y comunicar los atributos del producto o servicio y desarrollar mecanismos útiles para el intercambio entre el comprador y vendedor					
	21. Considera que todos los mercados están compuestos de segmentos diferentes cada uno de ellos tiene requerimientos diferentes					
	22. El principal valor de la logística es atender los requerimientos del cliente al mismo tiempo que mantener la eficacia en los costos					
	SERVICIO AL CLIENTE					
	23. Un programa de servicio al cliente debe identificar y priorizar todas las actividades requerida para tender los requerimientos logísticos del cliente al mismo nivel que los competidores					
	24. La logística debe asegurar que el producto o servicio este cuando y donde lo deseen los clientes					
	SATISFACCION DEL CLIENTE					
	25. La satisfacción es la perspectiva del cliente respecto al desempeño real de la empresa en relación con sus expectativas no con sus requerimientos					
	26. Para cumplir las expectativas del cliente es necesario comprender como se generan sus expectativas y las razones por las cuales otras empresas no cumplen con ellas					
	ÉXITO DEL CLIENTE					
	27. El logro del éxito del cliente implica una comprensión detallada de los requerimientos individuales que este tiene y un compromiso para atender las relaciones a largo plazo con mayor potencial de un crecimiento y rentabilidad					
	28. Los servicios de valor agregado ayudan a fortalecer el éxito del cliente ya que mejora su eficiencia, su eficacia y relevancia					
29. Las empresas deben trabajar intensamente con los clientes para comprender sus requerimientos						
30. Es importante para las empresas conservar a sus clientes como atraer nuevos						

ANEXO N°3-VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: H. Sabino Muñoz
 1.2. Cargo e institución donde labora: Doc.
 1.3. Especialidad del validador: Doc. Inv.
 1.4. Nombre del instrumento: Cuestionario
 1.5. Título de la investigación: Competitividad y logística de la empresa GAROMER SRL Distrito de
 1.6. Autor del instrumento: San Luis Lima, 2015

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				75%	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.				75%	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				75%	
4. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				75%	
5. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				75%	
6. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos				75%	
7. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				75%	
8. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				75%	
9. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				75%	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					75%	

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

Primera Variable:

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

Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		
Ítem 19	X		
Ítem 20	X		
Ítem 21	X		
Ítem 22	X		
Ítem 23	X		
Ítem 24	X		
Ítem 25	X		
Ítem 26	X		
Ítem 27	X		
Ítem 28	X		
Ítem 29	X		
Ítem 30	X		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13	X		
Ítem 14	X		
Ítem 15	X		
Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		
Ítem 19	X		
Ítem 20	X		
Ítem 21	X		
Ítem 22	X		
Ítem 23	X		
Ítem 24	X		
Ítem 25	X		
Ítem 26	X		
Ítem 27	X		
Ítem 28	X		
Ítem 29	X		
Ítem 30	X		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 71 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
 El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

05.12.16
Lugar y fecha:


Firma del experto informante.

DNI N° _____ Teléfono N° 979274343

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

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: Seminario Unzueta, Randall Jesús
 1.2. Cargo e institución donde labora: DTC - UCV
 1.3. Especialidad del validador: DE en educación
 1.4. Nombre del instrumento: Cuestionario
 1.5. Título de la investigación: Competitividad y logística de la empresa GRUPO M&R do hdo de
 1.6. Autor del instrumento: San Luis Lima, 2015

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficient e 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				75%	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.				75%	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				75%	
4. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				75%	
5. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				75%	
6. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos.				75%	
7. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				75%	
8. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				75%	
9. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				75%	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					75%	

PEL. PRESENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

Primera Variable:

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

OFICINA DE INVESTIGACIÓN UCV – LIMA ESTE – 2016

Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		
Ítem 19	X		
Ítem 20	X		
Ítem 21	X		
Ítem 22	X		
Ítem 23	X		
Ítem 24	X		
Ítem 25	X		
Ítem 26	X		
Ítem 27	X		
Ítem 28	X		
Ítem 29	X		
Ítem 30	X		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13	X		
Ítem 14	X		
Ítem 15	X		
Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		
Ítem 19	X		
Ítem 20	X		
Ítem 21	X		
Ítem 22	X		
Ítem 23	X		
Ítem 24	X		
Ítem 25	X		
Ítem 26	X		
Ítem 27	X		
Ítem 28	X		
Ítem 29	X		
Ítem 30	X		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 75 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: 29/11/16



Firma del experto informante.

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

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: MARQUEZ CARO, Fernando Luis
 1.2. Cargo e institución donde labora: RES. INVEST. EP-NEG. INT.
 1.3. Especialidad del validador: MG. CC. X- LA EDUC.
 1.4. Nombre del instrumento: Cuestionario
 1.5. Título de la investigación: Competitividad y logística de la empresa GRUPO M&R distrito de San Luis Lina, 2015
 1.6. Autor del instrumento: de San Luis Lina, 2015

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente e 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				75/	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.				75/	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				75/	
4. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				75/	
5. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				75/	
6. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos				75/	
7. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				75/	
8. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				75/	
9. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				75/	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					75/	

PERMANENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO
Primera Variable:

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

Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		
Ítem 19	X		
Ítem 20	X		
Ítem 21	X		
Ítem 22	X		
Ítem 23	X		
Ítem 24	X		
Ítem 25	X		
Ítem 26	X		
Ítem 27	X		
Ítem 28	X		
Ítem 29	X		
Ítem 30	X		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1	X		
Ítem 2	X		
Ítem 3	X		
Ítem 4	X		
Ítem 5	X		
Ítem 6	X		
Ítem 7	X		
Ítem 8	X		
Ítem 9	X		
Ítem 10	X		
Ítem 11	X		
Ítem 12	X		
Ítem 13	X		
Ítem 14	X		
Ítem 15	X		
Ítem 16	X		
Ítem 17	X		
Ítem 18	X		
Ítem 19	X		
Ítem 20	X		
Ítem 21	X		
Ítem 22	X		
Ítem 23	X		
Ítem 24	X		
Ítem 25	X		
Ítem 26	X		
Ítem 27	X		
Ítem 28	X		
Ítem 29	X		
Ítem 30	X		

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 75 % V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

STL, 29-11-19

Firma del experto informante.

DNI N° 00725589 Teléfono N° 564891550

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

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: Candia Menor Marco Antonio
 1.2. Cargo e institución donde labora: _____
 1.3. Especialidad del validador: M. en dirección de empresas
 1.4. Nombre del instrumento: Cuestionario
 1.5. Título de la investigación: Competitividad y Logística de la Empresa Grupo H&R S.R.L
 1.6. Autor del instrumento: Dpto de San Luis LIMA, 2015

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente e 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelent e 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.				75%	
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.				75%	
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.				75%	
4. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				75%	
5. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias				75%	
6. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos				75%	
7. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.				75%	
8. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				75%	
9. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				75%	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

Primera Variable:

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

Item 15	X		
Item 16	X		
Item 17	X		
Item 18	X		
Item 19	X		
Item 20	X		
Item 21	X		
Item 22	X		
Item 23	X		
Item 24	X		
Item 25	X		
Item 26	X		
Item 27	X		
Item 28	X		
Item 29	X		
Item 30	X		

Segunda variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	X		
Item 2	X		
Item 3	X		
Item 4	X		
Item 5	X		
Item 6	X		
Item 7	X		
Item 8	X		
Item 9	X		
Item 10	X		
Item 11	X		
Item 12	X		
Item 13	X		
Item 14	X		
Item 15	X		
Item 16	X		
Item 17	X		
Item 18	X		
Item 19	X		
Item 20	X		
Item 21	X		
Item 22	X		
Item 23	X		
Item 24	X		
Item 25	X		
Item 26	X		
Item 27	X		
Item 28	X		
Item 29	X		
Item 30	X		

III PROMEDIO DE VALORACIÓN: 75 %. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

(X) El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado

() El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha: SJL, 07/06/17


Firma del experto informante.

DNI N° 1020411 Teléfono N° _____

OFICINA DE INVESTIGACIÓN UCV - LIMA ESTE - 2016