



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Gestión logística y ventaja competitiva en la empresa  
Transmerquim del Perú S.A. Callao, Lima, 2018

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Licenciado en Administración**

**AUTOR:**

Vivas Ramos, Kelvin Joel ([orcid.org/0000-0003-1982-5953](https://orcid.org/0000-0003-1982-5953))

**ASESOR:**

Vasquez Espinoza, Juan Manuel ([orcid.org/0000-0002-1678-1361](https://orcid.org/0000-0002-1678-1361))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Gestión de las Organizaciones

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

**LIMA - PERÚ**

**2018**

## **Dedicatoria**

Dedico el presente trabajo a mi madre, por su inmenso amor, por siempre animarme a ser mejor, por su apoyo incondicional y por ser ejemplo de lucha y perseverancia.

## **Agradecimiento**

Agradezco al área de investigación de SUBE, a la universidad y a mis compañeros de la empresa, quienes me brindaron el apoyo para desarrollar esta investigación.

## Índice de contenidos

Carátula.....	i
Dedicatoria .....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de figuras .....	vi
Resumen .....	vii
Abstract .....	viii
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	7
III. METODOLOGÍA.....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	15
3.2. Variables y operacionalización .....	16
3.3. Población, muestra y muestreo .....	17
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	18
3.5. Procedimientos .....	20
3.6. Método de análisis de datos .....	20
3.7. Aspectos éticos.....	20
IV. RESULTADOS.....	21
V. DISCUSIÓN.....	32
VI. CONCLUSIONES .....	38
VII. RECOMENDACIONES.....	40
REFERENCIAS.....	42
ANEXOS .....	45

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Escala de calificación – Gestión logística .....	19
<b>Tabla 2.</b> Escala de calificación – Ventaja competitiva.....	19
<b>Tabla 3.</b> Frecuencia de la gestión logística en la empresa Transmerquim del Perú S.A. Callao, 2018. ....	21
<b>Tabla 4.</b> Frecuencia de la gestión logística por dimensiones, en la empresa Transmerquim del Perú S.A. Callao, 2018. ....	22
<b>Tabla 5.</b> Frecuencia de la ventaja competitiva en la empresa Transmerquim del Perú S.A. Callao, 2018.....	24
<b>Tabla 6.</b> Frecuencia de la ventaja competitiva por dimensiones, en la empresa Transmerquim del Perú S.A. Callao, 2018. ....	25
<b>Tabla 7.</b> Correlación entre la variable gestión logística y ventaja competitiva en la empresa Transmerquim del Perú S.A. – Callao, 2018. ....	27
<b>Tabla 8.</b> Correlación entre la dimensión compras y abastecimiento y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquim del Perú S.A. – Callao, 2018. ....	28
<b>Tabla 9.</b> Correlación entre la dimensión gestión de inventarios y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquim del Perú S.A. – Callao, 2018. ....	29
<b>Tabla 10.</b> Correlación entre la dimensión centros de distribución o almacenes y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquim del Perú S.A. – Callao, 2018..	30
<b>Tabla 11.</b> Correlación entre la dimensión transporte y distribución de carga y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquim del Perú S.A. – Callao, 2018..	31

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Distribución porcentual de la variable gestión logística .....	21
<b>Figura 2.</b> Distribución porcentual de la variable gestión logística por dimensiones. .....	22
<b>Figura 3.</b> Distribución porcentual de la variable ventaja competitiva. ....	24
<b>Figura 4.</b> Distribución porcentual de la variable ventaja competitiva por dimensiones. ....	25

## Resumen

El trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la gestión logística y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquim del Perú S.A, ubicada en la provincia constitucional del Callao para el año 2018. El método efectuado fue hipotético deductivo, con un tipo de investigación aplicada acompañado de un diseño no experimental - transversal, con nivel descriptiva correlacional, constituida además por una muestra de 40 colaboradores, representada mediante un recuento censal, conformada asimismo, por 40 preguntas entre ambas variables, para la medición se utilizó la herramienta estadística SPSS versión 24, determinando de este modo la confiabilidad del instrumento a través del juicio de tres expertos. En consecuencia, se llega a la conclusión que la gestión logística tiene relación con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquim del Perú S.A.

**Palabras clave:** Gestión logística, ventaja competitiva, almacenamiento, diferenciación, distribución.

## **Abstract**

The objective of the work was to determine the relationship that exists between logistics management and competitive advantage in the company Transmerquim del Perú SA, located in the constitutional province of Callao for the year 2018. The method carried out was hypothetical deductive, with a type of applied research accompanied by a non-experimental - cross-sectional design, with a correlational descriptive level, also constituted by a sample of 40 collaborators, represented by a census count, also made up of 40 questions between both variables, for the measurement the SPSS statistical tool was used version 24, thus determining the reliability of the instrument through the judgment of three experts. Consequently, it is concluded that logistics management is related to the competitive advantage in the company Transmerquim del Perú S.A.

**Keywords:** Logistics management, competitive advantage, storage, differentiation, distribution.



## I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, la globalización permite conectar mercados, facilitando así la colocación de un producto en cualquier mercado, por esta razón, las organizaciones reconocen que la logística es uno de los motores más esenciales de la empresa moderna para poder obtener una ventaja competitiva en cualquier mercado.

La logística usada en la industria tiene sus inicios posteriores a la II Guerra Global, específicamente en el año 1945 en Francia, donde fue impreso por primera vez una publicación con referencia a esta actividad, en los artículos de Bethel, Atwater, Smith y Stackman, el cual reconoce que la logística militar puede ser empleada en la industria. En los años 50 la logística es utilizada como una herramienta que permitía minimizar costos en el inventario y transporte, luego en los años 60 hasta mediados de los 70 se conceptualiza a la logística como distribución física, limitando así su función al movimiento de materiales desde el principio hasta el usuario final. En 1987, Hervé y Dancel estiman que la logística es alcanzar una producción de manera apropiada, en el espacio y el tiempo apropiado, y con el menor costo posible.

Sin embargo, no es hasta los años 90 donde la satisfacción al cliente es considerada en la logística, tal y como expone la docente cubana María Lilia Santos Norton, como parte de cinco funciones fundamentales como: La gestión en abastecimiento de los procesos, distribuciones físicas, planificación integral y seguridad en la calidad, donde las personas juegan un rol importante en cada una de estas funciones. Ruano y Hernández (2003) inciden que la logística es aquel proceso que conforma acciones estratégicas donde todos los procesos asociados desde el aprovisionamiento hasta la comercialización, de ser ejecutados con calidad y a un bajo costo, pueden generar una ventaja competitiva en las organizaciones.

La ventaja competitiva, aplicada al campo empresarial tiene sus inicios en los años 80, acorde a lo expuesto por Servan Schreiber, en una seria crisis económica mundial, situación que llevo a que se buscara la competitividad a todo costo. Es donde, Michael Porter investiga el extraordinario método de la

competitividad, y prepara sus teorías primigenias, donde manifiesta que las organizaciones en su totalidad muestran características estratégicas netamente competitivas, algunas explícitas y otras implícitas; y por ende estas estrategias necesitan encaminarse hacia el contexto en que compite el mercado, para lo cual, propone tres estrategias genéricas y presenta la cadena de valor, siendo este el máximo aporte como metodología de análisis del marco interno de las instituciones; y confecciona sus diversas teorías que reflejan un impacto abismal en el campo empresarial hasta la actualidad.

En el país es necesario estudiar la gestión logística porque permite potenciar los diferentes procesos que se desarrollan desde que el producto o servicio es solicitado hasta su entrega al consumidor final, tales como el aprovisionamiento, producción, distribución, almacenaje y comercialización. Así mismo es inevitable el estudio debido a que muchas organizaciones han experimentado mayores ganancias y un ahorro en sus costos al gestionar eficientemente su logística, en otras palabras, las empresas que buscan el perfeccionamiento organizacional tienen la posibilidad de generar mayores utilidades, haciéndose más eficiente en sus procesos logísticos permitiendo así poder identificar sus debilidades para el logro de sus objetivos elevando su eficiencia y competitividad.

Así mismo el estudio de la ventaja competitiva en nuestro país es sustancial porque la diversidad de las empresas hace que la competencia sea feroz en un mercado globalizado. Es por ello que las empresas deben adaptarse y construir estrategias eficaces orientadas a diferenciarse del resto de sus competidores. También es importante estudiar la ventaja competitiva, debido a que al ser aplicada eficientemente permite generar valor y ahorrar costos para competir en mercados internacionales, por ejemplo, los acuerdos de libre comercio con otros países permiten nuevas oportunidades de negocio o crecimiento organizacional, que con una ventaja competitiva pueden obtener beneficios sostenibles y la obtención de mayores utilidades en su organización.

La investigación se efectuó en Transmerquim del Perú S.A. una organización empresarial que se dedica a distribuir básicamente insumos químicos y materias primas necesarias para el desarrollo industrial en su totalidad. Así mismo, ofrece abastecimiento de servicios logísticos y soluciones integrales para distribuidores

químicos y clientes que se desenvuelven en ámbitos industriales, como empresas, talleres que trabajan con petróleo y gas, el sector de la agricultura, industrias y talleres que efectúan trabajos con pinturas y cubrimientos, adhesivos, industrias que desarrollan operaciones como tratamiento de aguas, alimentos y además cuidado personal. Su visión empresarial radica en ser líder en la distribución de productos químicos. Con respecto a su misión, éste contempla en proveer variedad de materias primas, brindar soluciones y servicios innovadores de alta calidad, y por supuesto añadiendo un gran valor a sus clientes y proveedores.

En Transmerquim del Perú S.A. no se cumple la misión, debido a que no se logra la excelencia, no se innova, ni se genera valor a nuestros clientes, por tal motivo la empresa ocupa el tercer lugar en su sector industrial, el cual no es muy amplio. Así mismo tiene establecido procedimientos logísticos los cuales no se encuentran socializados con los empleados, ni con aquellos que brindan servicios de tercerización en la distribución de los insumos. También la falta de innovación en el servicio como en el uso de tecnología para su envasado o en su sistema de interface. Esto podría influir en el desarrollo y liderazgo de su gestión logística, y en consecuencia sobre su diferencial competitivo en el mercado.

En el macro desarrollo de compras y abastecimiento, se evidencia una inadecuada planificación, anticipación y coordinación para cumplir con la inspección de demandas, selección de proveedores, programación de entregas, seguimiento de órdenes de compra, y manejo de decisiones. Asimismo, los inventarios carecen de un oportuno control de su stock en recursos materiales, activos en etapa de fabricación, producción finalizada, y en la inspección del mantenimiento y reparación. Además, los almacenes no tienen la aptitud para almacenar todo el volumen adquirido, por lo tanto, repercute en el registro, gestión y despacho de pedidos. Por último, en el traslado y entrega de carga se manifiestan reclamos por el costo, la rapidez y puntualidad en la entrega.

La ventaja competitiva, no han sido sostenible en el tiempo o carece de fortaleza para poder consolidarse como la mejor empresa en su rubro, en consecuencia, no se logra superioridad sobre los competidores. Por ejemplo, en el liderazgo en costos, la empresa ha descuidado en realizar estudios de costos, presupuestos para la innovación en tecnología, mejores precios para las materias

primas, en la mano de obra, elaborar estrategias y lograr mejores descuentos de precio, tanto para compra como para venta. Además, en la distinción se nota deficiencias en cuanto al diseño de producto y el uso de materiales de calidad. Por otro lado, en cuanto al enfoque no existe crecimiento en el mercado específico ni se desarrolla ampliar la línea de productos para nuestros clientes.

Finalmente son estos problemas concretos parte constituyente del presente estudio, que tuvo como propósito identificar si la gestión logística se relaciona significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A, y la exigencia de calcular los objetos de estudio para hallar las debilidades que surgieron en la organización antes indicada.

Ante lo expuesto Se plantearon las siguientes interrogantes de investigación:

El **problema general** fue: ¿De qué manera se relaciona la gestión logística con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.?. Los **problemas específicos** fueron: (a) ¿De qué manera se relaciona la dimensión compras y abastecimiento con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.? (b) ¿De qué manera se relaciona la dimensión gestión de inventarios con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin de Perú S.A? (c) ¿De qué manera se relaciona a dimensión centro de distribución o almacenes con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A? (d) ¿ De qué manera se relaciona la dimensión transporte y distribución de carga con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.?.

El presente informe tendrá una justificación teórica, metodológica y práctica.

La investigación teóricamente, se tomó en consideración lo expuesto por Bernal, (2010), quien refiere que a nivel teórico la justificación de un estudio revela como propósito crear cierta consideración y polémica en referencia al conocimiento real, hacer frente Una hipótesis, constatar resultados y efectuar la epistemología del saber verdadero. Durante la investigación se halló diversas teorías existencias, para tal caso, se llegó a elegir dos autores elementales para el estudio, en razón de sus puntos de vista que resaltan en sus textos y la sencillez para entenderlos. Respecto a la variable gestión logística se optó por Luis Aníbal Mora García (2014), quien considera que la logística es vital para originar beneficios para el cliente,

proveedor y accionista de una organización. Este valor se plasma en terminaciones de tiempo, costos y de eficiencia; por ello la aplicación de sus macro procesos ayudaron al desarrollo de las dificultades generados en la empresa. Por otro lado, para la variable ventaja competitiva, se tuvo en consideración la teoría de Michael Eugene Porter (2010), por cuanto se acopla a la problemática de la entidad donde se identificó ciertas debilidades a nivel estratégico como El liderazgo en estrategias de costos y diferenciación y una perspectiva en consecuencia que no se consigue un nivel alto en la ventaja competitiva.

El informe de investigación presenta una Justificación práctica, conforme a Bernal (2010), estima que dicha justificación en dicho ámbito práctico sucede cuando su ejecución permite dar solución a un inconveniente o, en todo caso, plantea tácticas que al ejecutarse ayudarían a aclararlo. El estudio a nivel práctico, se justifica porque aceptó en hallar, examinar y proponer mejoras ante los inconvenientes que presenta la compañía en cuanto a la ventaja competitiva, por medio de la oportuna gestión logística que se visualiza en la empresa Transmerquin del Perú SA y esto con el fin de favorecer a la empresa en la perfección de su desempeño y aumento del valor agregado.

La investigación presenta Justificación metodológica, donde Bernal (2010) concibe este tipo de justificación se proporciona cuando un proyecto propone una técnica novedosa o mecanismos para crear conocimientos legítimos y confiables. Esta investigación tuvo como origen de partida el inconveniente hallado entre la gestión logística y la ventaja competitiva de la entidad investigada, en tal sentido se trazó un objetivo general, se usó un instrumento (cuestionario) compuesto de 40 ítems tipo Likert y cerradas, y de este modo medir dichas variables, que ayudaron a recopilar la información concerniente a la problemática planteada, el instrumento mencionado fue ejecutado a una muestra censal de 40 empleados, validado anticipadamente por juicios de expertos, mostrando asimismo una alta confiabilidad de más de 0.80. De acuerdo a los resultados de dicha información procesada, se efectuó la contrastación de la hipótesis, para después elaborar la discusión respectiva de los resultados, así como las conclusiones y recomendaciones. El desarrollo del cuestionario posibilita la recolección de información para un número de personas en un momento establecido, asimismo es

una vía apropiada para alcanzar la percepción de un grupo de estudio, este instrumento es vital para su empleo en las organizaciones porque nos concede una mayor información en corto tiempo, ayudando además en el planteamiento de sugerencias, que podrán ser utilizadas como referente para otras investigaciones.

El **objetivo general** fue: Identificar de que manera se relaciona la gestión logística con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018. Los **objetivos específicos** fueron: (a) Identificar de qué manera se relaciona las compras y abastecimiento con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018. (b) Identificar de qué manera se relaciona la gestión de inventarios con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018. (c) Identificar de qué manera se relaciona los centros de distribución o almacenes con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018. (d) Identificar de qué manera se relaciona el transporte y distribución de carga con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.

Con respecto a la **hipótesis general** de la presente investigación fue: La gestión logística se relaciona significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018. Las **hipótesis específicas** fueron: (a) Las compras y abastecimiento, se relacionan significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018. (b) La gestión de inventarios se relaciona significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018. (c) Los centros de distribución o almacenes se relacionan significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018. (d) El transporte y distribución de carga se relacionan significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.

## II. MARCO TEÓRICO

**En el contexto internacional**, Puello, R. y Bohórquez, E, (2013), en Bolívar – Colombia, realizaron su estudio sobre el “diseño de un modelo de gestión logística, para perfeccionar la eficiencia de la organización CORPISOS S.A. en el municipio de Turbaco”. Plantearon como propósito proyectar un patrón de proceso logístico para perfeccionar la efectividad de la organización antes indicada. Metodológicamente, el tipo concierne al descriptivo correlacional, una población integrada por 55 empleados, quienes a su vez también fueron utilizados como muestra, aplicando el instrumento de cuestionario. Llegando a concluir que La recopilación de datos obtenidos de la empresa y la modificación de los mismos en indagación ayudó en el planteo de la ruta por la cual la entidad tendría que encaminarse en lo sucesivo; que reside en perfeccionar su proceso logístico y su cadena de suministro a través de cambios de ciertos procedimientos y la puesta en marcha de novedosos instrumentos laborales, para alcanzar la efectividad empresarial y en consecuencia asegurar un mantenimiento y continuidad en el mercado de hoy. Lo significativo de este estudio fue la importancia de su marco teórico porque indica que se debe buscar la innovación en nuestros procesos o en la implementación de herramientas novedosas de trabajo, para alcanzar una eficiente gestión logística el cual permitirá hoy en día el mantenimiento y estabilidad del mercado, características que nos llevan a la ventaja competitiva sostenible.

Escobar, J. (2015), en Ambato – Ecuador, llevaron a cabo una investigación sobre “logística de almacenamiento y distribución para optimizar los despachos de productos de consumo a clientes de la empresa JEMSA representaciones”. El objetivo correspondiente fue desarrollar un modelo logístico de almacenamiento y distribución para la mejora de la eficiencia del transporte de los bienes de consumo suministrados a los usuarios de Representaciones JEMSA. El tipo de investigación corresponde al descriptivo – cuantitativo, cuya población se haya constituido por trabajadores, con una muestra representativa de 70 personas, además haciendo uso del instrumento cuestionario tipo Likert. Se llegó a la conclusión que el diseño de un patrón de gestión de inventarios en la organización, consentirá en establecer opciones más apropiadas, tomar decisiones acertadas y administrar los recursos de forma pertinente, de este modo reducir los costos y gastos; y en consecuencia

se eleve las utilidades de la entidad mediante el perfeccionamiento del servicio. Esto es dable si se efectúa un trabajo en conjunto, de la mano con las jefaturas y las gerencias con el propósito de contar con un manejo apropiado de recursos conforme a las tareas efectuadas por la entidad en su gestión cotidiana. Para el respectivo examen del diagnóstico referente al curso del inventario empresarial, se llega a la conclusión que a través del marco metodológico, el cual respalda la recopilación de la información, la entidad ha conservado planes de gestión de inventarios en desuso y acompañan un ejemplar empírico, en consecuencia la propuesta se funda según lo manifestado por Ballou (2004), quien indica que la operación de las tareas primarias y de apoyo de la cadena de valor permite a la organización prototipar una correlación en tiempo, distancia y costo, con el fin de generar vastos beneficios para la organización y especialmente para los clientes. El aspecto fundamental de este estudio es el uso de la metodología. Teniendo esto en cuenta, la hipótesis general se puede contrastar midiendo a Rho Spearman.

Celada, J. (2014), en México, destacó en su investigación sobre “servicio al cliente como ventaja competitiva en las empresas comercializadoras de abarrotes en el municipio de Retalhuleu”. El propósito esencial fue verificar si el servicio ofrecido al cliente puede convertirse en una ventaja competitiva en el negocio de comercialización de abarrotes. Se hizo uso del siguiente método: investigación tipo descriptiva, diseño transversal no experimental, con una muestra constituida por clientes y empleados de la organización, y una muestra de 384 trabajadores, a los cuales se les administró una encuesta adecuada para recopilar datos relevantes de manera oportuna. En conclusión, se determinó que la atención proporcionada a los clientes puede lograr una transformación competitiva y beneficiosa dentro de dicha empresa, ya que los resultados obtenidos en esta investigación revelaron un progreso en el nivel de satisfacción de los clientes de Comicen S.A. por medio de la capacitación brindada a los colaboradores y la supervisión relacionada para optimizar el servicio proporcionado a los consumidores de los supermercados. La esencia de esta investigación fue realizar una encuesta a los empleados y clientes de la empresa, que ayude a discernir, clasificar y examinar las ventajas competitivas.



Lima, C. (2012), en México, realizó una investigación sobre “Estrategias de competitividad para pymes”; con el propósito de “determinar y reconocer las estrategias de competitividad para pymes”. Metodológicamente presentó una investigación de tipo descriptiva, diseño no experimental y a la vez correlacional, integrado por una población y muestra representativa de 100 colaboradores, quienes formaron parte del instrumento cuestionario. Se concluyó que esta investigación puede ser de gran utilidad y favorecer a aquellas empresas organizacionales que aspiran a una mayor competitividad y con ella simbolizar una alternativa de consumo más idónea para todos sus clientes, reales o aquellos con el perfil de convertirse en compradores, llamados potenciales, además de proporcionar bienes tangibles y prestaciones o servicios de mayor calidad. Adicionalmente, se admite la relevante que es la mercadotecnia, el diseño planteado, el servicio brindado y los vínculos existentes entre los clientes y proveedores, los cuales formarán parte del cambio, convirtiéndose en pilares fundamentales que necesitan tomarse en consideración cuando se habla de competitividad. Es imprescindible tener conocimiento acerca de una carencia y llevar a cabo un diseño del producto que pueda cubrir tal necesidad, en vista de que las necesidades de los clientes cada día son más determinadas. Entonces, una vez que se cuenta con el producto, es necesario promocionarlo y posteriormente venderlo. El servicio dado al cliente y el mantenimiento de tal producto incrementan el valor del mismo y por tanto simbolizan razones elementales al instante decisivo de compra del cliente. El contacto asiduo con los clientes y el sugerir opiniones, al igual de brindar seguimiento a las ventas, facilita también a la empresa información sumamente indispensable para el futuro en el marco del diseño y las preferencias con relación a los productos, y de este modo afianzar sus productos y procesos para el alcance de resultados más óptimos, justificándose para tales casos en la información obtenida. Lo sustancial de esta investigación, fue la ejecución del marco teórico, la afinidad existente entre las dimensiones de la variable ventaja competitiva y el empleo del instrumento.

**En el contexto nacional,** Flores, C. (2014), en Lima, investigó sobre: “La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima metropolitana”. Enunció como objetivo determinar la influencia entre las variables antes señaladas,

el tipo de investigación correspondiente al estudio fue el cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, además se contó con la participación de 500 empleados, y una muestra representativa de 48, quienes fueron seleccionados por muestro no probabilístico intencional, se utilizó un cuestionario como instrumento base, validado por diversos expertos. En conclusión, la gestión logística en una proporción razonable de empresas no incluye los procesos y la gestión básica para proporcionar a los consumidores el producto pertinente, en las cantidades requeridas y en el momento oportuno, lo que en ocasiones tiene un impacto significativo en los retornos financieros; además, un porcentaje legítimo de empresas carece de capacidades de gestión de compras y suministros, puesto que no se llega a distinguir con transparencia los procesos, orientándose a la improvisación, la cual provoca que los usuarios reporten exigencias insignificantes y sin base alguna; además no hay control en la emisión de órdenes de compra lo cual afecta de manera negativa a los beneficios económicos. La naturaleza de esta investigación es esencialmente el desarrollo de una base teórica; además, se presentaron similitudes en las dimensiones respectivas de la variable gestión logística y el uso del cuestionario como instrumento esencial.

Polino, E. (2017), en Huánuco, en su investigación: “La gestión logística y el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes, del distrito San Miguel de Cauri-2017”; el objetivo planteado del estudio fue determinar la relación entre las variables antes enunciadas. En este caso se utiliza a nivel metodológico, una investigación de tipo descriptivo con diseño correlacional transversal, muestra censal constituida por 35 distribuidoras, en la que también se emplea un cuestionario cerrado tipo Likert. Se concluye que existe una relación significativa entre el sistema de almacenamiento y la oferta de productos en las tiendas de abarrotes en el distrito en mención, dándole a las tiendas comercializadoras facilidades para almacenar los artículos que transportan, representando el 71,43% de los entrevistados, así mismo, el 60% de los entrevistados dijeron que toman en cuenta la disponibilidad del producto al efectuar sus compras. Por lo tanto, se concluye que las comercializadoras sí cuentan con áreas de acopio o almacenaje y enfatizan la relevancia con respecto a la disponibilidad del producto para los clientes, no obstante, lo dirigen de manera tradicional o experiencial, sin el alcance técnico de cómo hacerlo adecuadamente; así mismo, se haya significativamente

relacionado con el suministro de las tiendas de abarrotes. En tal sentido, se concluye que el 100% de los entrevistados no utiliza kárdex para controlar su inventario y el envío de los pedidos se emite para la venta, y el 82,9% de los encuestados expresaron que el suministro que recibieron no es confiable, por lo que las tiendas comercializadoras del distrito en mención no utilizaron las herramientas disponibles para controlar el inventario, de hecho, la mayoría ni siquiera utiliza controles físicos y tampoco ejercen controles empíricos, indicando que no existe un interés en mejorar en este aspecto. Lo sobresaliente de este estudio, es la ejecución del cuestionario como instrumento a los responsables de las distribuidoras, el cual ayudó a reconocer, calificar y examinar apropiadamente la gestión logística.

Castillo K. et al. (2017), en Lambayeque, realizó la investigación sobre “Modelo de gestión estratégica con enfoque de Innovación para la mejora de la Competitividad empresarial”. Su objetivo fue proponer una guía de gestión estratégica con lineamientos de innovación colaborativa en el mejoramiento de la competitividad de la empresa organizacional Kaluz en los años 2016 – 2020. Se llevó a cabo un estudio de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de tipo transversal, correlacional y causal, integrado por una muestra de 22 mypes y el uso del cuestionario como instrumento elemental. Concluyendo que las Mypes últimamente han jugado un papel más operativo y significativo en la dinámica del avance económico regional y nacional; no obstante, hacen frente a los inconvenientes para aumentar su rendimiento y así perfeccionar su competitividad. Luego de revisar diferentes perspectivas y modelos teóricos, encontramos que la competitividad se basa en la capacidad innovadora, el modelo de gestión estratégica es el proceso a través del cual una organización establece su dirección a largo plazo, la estrategia competitiva es una combinación única de valores que conduce a una posición estratégica y sostenible. Kaluz, en su fase de exploración, aplicó estrategias y condiciones empíricas. Por ende, el uso de la herramienta llamada CANVAS para el prototipo de negocio sugerido acelerará la determinación innovadora del modelo, dándole a Kaluz la capacidad de utilizar las ocasiones y reducir los efectos adversos como las amenazas del ambiente organizacional. Lo extraordinario de este estudio de tesis, es la ejecución del contexto metodológico. Se llegó a distinguir las respectivas dimensiones e indicadores de la variable

ventaja competitiva, permitiendo de este modo el desarrollo del debido instrumento para la recopilación de la información.

Junco, (2017), en Andahuaylas, llevó a cabo su estudio sobre “Cadena de valor y ventaja competitiva de la quinua orgánica en la cooperativa agroindustrial Machupicchu Ltda. Andahuaylas, 2016”. El objetivo del estudio fue determinar la forma práctica en que se vincula la cadena de valor con la ventaja competitiva. La investigación aplicó un enfoque cuantitativo, tipo descriptivo, diseño no experimental. Se contó con la participación de 409 personas, con una muestra probabilística respectiva de 199 colaboradores mediante un muestreo aleatorio simple. Se hizo uso de la encuesta como técnica primordial y el cuestionario con escala de Likert para la debida recopilación de datos. Se llegó a concluir según el objetivo general: Determinar cómo se vincula la cadena de valor con la ventaja competitiva de la quinua orgánica; donde el nivel “sig”. es  $p = 0.000$ , menor a 0.05 en el nivel de significancia establecido, en este sentido se acepta la hipótesis alternativa (H1); en consecuencia, se asevera que la cadena de valor se relaciona de forma positiva con la ventaja competitiva de la quinua orgánica. Por otra parte, según el coeficiente de Spearman, podemos observar que el coeficiente de correlación es  $r = 0.249^{**}$  indicando que hay una correlación positiva débil entre las variables estudiadas. La culminación de esta investigación de tesis es la implementación de la validez y confiabilidad prevista para el instrumento. La validez se obtuvo a través de la evaluación de tres expertos, mientras que la confiabilidad se determinó mediante el coeficiente estadístico Alfa de Cronbach.

Con el propósito de respaldar antecedentes recopilados, se abordó el enfoque conceptual. Se abordó los siguientes conceptos:

La gestión logística, según Mora (2014), conceptúa la logística como la gestión de la cadena de suministros, iniciando con la adquisición de la materia prima hasta el punto final donde se consume o utiliza el producto o servicio. Incluye tres corrientes fundamentales de materiales, como son los inventarios, la información como la trazabilidad o procedimientos de producción y distribución y el capital de trabajo como los costos.

Por otra parte, Ferrel et al. (2004), definen la logística como una función operativa significativa e influyente que abarca generalmente las actividades primordiales relacionadas con la adquisición y gestión de la materia prima y componentes clave, así como el procesamiento, embalaje y distribución del producto acabado a los clientes.

De manera similar, Bureau (2009) define la logística como un procedimiento que permite optimizar los flujos de recursos y materiales desde el lugar de origen hasta el usuario final de la información correspondiente, al menor costo, para satisfacer las necesidades del cliente en términos de cantidad, tiempo y ubicación, de acuerdo con los propósitos de servicio que se encuentran precisados en las políticas generales de la empresa.

Por las razones mencionadas, la gestión logística, se define como la administración de la totalidad de las actividades relacionadas, desde la adquisición de materias primas e insumos en su lugar de origen hasta la entrega de los productos terminados respectivos en el punto de consumo, satisfaciendo así las expectativas del cliente.

Por lo tanto, se establece que la gestión logística es crucial porque agrega valor a las empresas al facilitar de manera eficiente el movimiento y suministro de la materia prima, productos en proceso y productos terminados, desde los proveedores hasta el usuario final. Asimismo, es importante coordinar y determinar de manera adecuada los productos correctos, en cada lugar indicado y momento oportuno, logrando así satisfacer la demanda de manera eficaz.

Porter (2013), como descripción conceptual de ventaja competitiva, afirma que la ventaja competitiva surge esencialmente del valor que cada entidad intenta originar para los clientes y exceder los costos asociados. El valor básicamente es lo que el usuario está dispuesto a abonar, y logran un mayor valor ofreciendo un precio más bajo que los competidores en servicios u ofertas especiales que compensen el precio más alto.

Magretta (2016), expresa que ventaja competitiva, significa que a diferencia de su competencia, éste podrá proceder a un costo menor, implantar un mayor

precio o las dos cosas. Cabe decir, que estas son las únicas maneras en que una compañía puede llegar a superar a otra.

Fred D. (2013) cree que la naturaleza de la gestión estratégica es lograr y mantener una ventaja competitiva. se puede conceptualizar como aspecto en el que una organización se destaque de manera excepcional en comparación con sus competidores. Cuando una empresa sobresale en algo que sus competidores no pueden igualar o posee algo que sus competidores desean, se considera que tiene una ventaja competitiva.

En relación a estos conceptos se puede definir que la ventaja competitiva es alguna particularidad que posee una compañía, que sea difícil de igualar por los competidores, también estas características deben ser duraderas en el tiempo y son el motivo por el cual los clientes nos prefieren.

### **III. METODOLOGÍA**

#### **3.1. Tipo y diseño de investigación**

La presente investigación es de tipo científica básica, por su lado Valderrama (2015) expresa que el objetivo es poner a prueba las teorías seleccionadas frente a los resultados obtenidos, pero no será aplicada para la solución del problema solamente se dará recomendaciones.

El nivel de investigación es descriptiva, porque nos detalla las circunstancias que se efectúan en un contexto definido, siendo el propósito principal de recopilar únicamente datos relacionados con el objeto de investigación.

De acuerdo a Hernández et al. (2014), los estudios descriptivos intentan identificar los atributos, particularidades y rasgos de personas, grupos, u otro acontecimiento que requiera análisis. Cabe señalar, están destinados solamente a medir o recopilar datos de forma independiente o conjunta sobre las nociones o variables a los que se refieren, es decir, su propósito no es mostrar cómo se relacionan entre sí.

Además, para el desarrollo de la investigación se usó un diseño no experimental, ya que se pudo observar los efectos de las variables en su escenario real sin incidir en ellas para que de ningún modo se generen modificaciones.

El diseño para el estudio es de tipo transversal correlacional – causal, puesto que el estudio se efectuó en un tiempo establecido buscando la relación existente entre las dos variables.

Hernández et al. (2014) afirman que el denominado diseño transversal correlacional – causal detalla relaciones que existen entre dos o más categorías, acepciones e variables durante dicho período específico, dado para aquellos casos en forma de correlación o basado en una relación causa-efecto.

El estudio resaltó un enfoque cuantitativo, debido a que presentó un agregado de procesos, como el sucesivo y demostrativo; también al mismo tiempo se hizo uso de la recopilación de información, para luego examinar las hipótesis por medio de un examen estadístico con el propósito de fundar guías de actuaciones que justifiquen las teorías.

## **3.2. Variables y operacionalización**

### **Variable 1: Gestión logística**

#### **Definición conceptual**

Mora (2014), conceptúa la logística como la gestión de la cadena de suministro, desde la adquisición de materias primas hasta el punto final donde se consume o utiliza el producto o servicio. Incluye tres corrientes fundamentales de materiales, como son los inventarios, la información como la trazabilidad o procedimientos de producción y distribución y el capital de trabajo como los costos.

#### **Definición operacional**

La gestión logística será examinada mediante los macro procesos de compras y suministros, inventario, núcleos de reparto o almacenes, transporte y distribución de mercancías, por lo que es necesario contar con atributos que puedan ser observables (presentadas como un índice), en las cuales se llegó a emplear un cuestionario compuesto de preguntas en escala Likert para permitir su procesamiento.

Esta variable tiene un funcionamiento independiente, no se halla sujeto a la existencia y desenvolvimiento de las ventajas competitiva. Por este motivo se distingue las siguientes dimensiones:

- Primera dimensión: Compras y abastecimiento.
- Segunda dimensión: Inventarios.
- Tercera dimensión: Centros de distribución o almacenes.
- Cuarta dimensión: Transporte y distribución de carga.

### **Variable 2: Ventaja competitiva**

#### **Definición conceptual**

Magretta (2016), expresa que ventaja competitiva, significa que a diferencia de su competencia, éste podrá proceder a un costo menor, implantar un mayor precio o las dos cosas. Cabe decir, que estas son las únicas maneras en que una compañía puede llegar a sobrepasar a otra.



### **Definición operacional**

La ventaja competitiva será examinada por medio de las estrategias comunes: liderazgo en costos, diferenciación y segmentación, por lo que se necesita contar con particularidades observables (que se muestran a continuación en forma de indicadores), donde se llegó a usar un cuestionario basado en una escala Likert y con condiciones favorables para permitir su procesamiento.

La variable ventaja competitiva no depende de la existencia y desenvolvimiento de la gestión logística. Por lo tanto, identificaremos las siguientes dimensiones:

Primera dimensión:	Liderazgo en costo.
Segunda dimensión:	Diferenciación.
Tercera dimensión:	Segmentación.

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

Quezada (2010), refiere que una población es un conjunto completo de todos los sujetos que poseen datos pertinentes sobre la temática de estudio. Por otro lado, una muestra censal implica recopilar información de todas las unidades del universo. Estos datos se recolectan en una muestra representativa que abarca todo el universo, ya que la población de estudio es pequeña o finita (p. 95).

Conforme a lo antes definido la muestra es de tipo censal; estuvo constituida por la totalidad de los empleados que labora en la empresa Transmerquin del Perú S.A.; la población se distingue como la fuente principal de información, la cual conlleva a la resolución de la problemática.

P= 40 empleados de la empresa Transmerquin del Perú S.A.

Conforme a Bernal (2010), llegó a definir la muestra como una porción tomada de la totalidad de población que suele ser escogida, para así obtener datos necesarios que permitirán medir y observar las variables de investigación de una manera efectiva.

En este estudio, la muestra es una encuesta poblacional.

Se empleó un método de muestreo no probabilístico, en el cual es el investigador quien selecciona la muestra basándose en las características específicas del estudio.

Hernández et al. (2014), afirman que las muestras no probabilísticas, también denominadas muestras intencionales, se caracterizan por un proceso de selección dirigido por las particularidades del estudio en lugar de parámetros estadísticos generales. Estas muestras son comúnmente empleadas en una variedad de estudios, tanto cualitativos como cuantitativos.

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

Como instrumento de investigación se utilizó un cuestionario elemental, diseñado para recopilar percepciones que puedan establecer una relación entre las variables analizadas, es decir la gestión administrativa y la ventaja competitiva. Las interrogantes concernientes al cuestionario construido se agrupan en categorías cerradas, de modo que puedan ser cuantificados ya que los datos se convierten a una escala numérica.

Por su parte Hernández et al. (2014) conceptualizan a un cuestionario como un conjunto de preguntas en el que las variables serán medidas de manera respectiva, así mismo, estos ítems deben poner a la vista una consistencia con el planteamiento del problema y las hipótesis, además, estas interrogantes pueden ser: Preguntas cerradas: son preguntas que revelan categorías u opciones de respuesta predefinidas, donde los participantes solo deben limitarse a dichas opciones, que pueden ser dicotómicas (dos preguntas con posible respuestas) o añadir múltiples alternativas como respuesta (p. 217).

#### **Cuestionario 1**

- Nombre: Cuestionario de medición de la gestión logística.
- Autor: Kelvin Vivas Ramos.
- Administración: Individual.
- Duración: 15-20 minutos.
- Aplicación: Personal que labora en la empresa Transmerquin del Perú S.A.

**Tabla 1.** *Escala de calificación – Gestión logística*

Ítem	Valoración	Nominación
1	1	Nunca
2	2	Casi nunca
3	3	A veces
4	4	Casi siempre
5	5	Siempre

Fuente: Elaboración propia

## **Cuestionario 2**

- Nombre: Cuestionario para medir la variable ventaja competitiva.
- Autor: Kelvin Vivas Ramos
- Administración: Individual
- Duración: 15-20 minutos.
- Aplicación: Personal que labora en la empresa Transmerquin del Perú S.A.

**Tabla 2.** *Escala de calificación – Ventaja competitiva.*

Ítem	Valoración	Nominación
1	1	Nunca
2	2	Casi nunca
3	3	A veces
4	4	Casi siempre
5	5	Siempre

Fuente: Elaboración propia

**Descripción del instrumento**, para el estudio concerniente a las variables gestión logística y ventaja competitiva en la organización Transmerquin del Perú S.A., Callao-2018, se efectuó una técnica como la encuesta para cada variable, constituidas ambas por 20 interrogantes, las cuales fueron aplicadas a la población en su totalidad, dándose de este modo 05 opciones de respuestas para ambas encuestas.

### **3.5. Procedimientos**

Para alcanzar los resultados del estudio se hizo uso de un paquete estadístico el cual permitió el debido procesamiento de data, los cuales fueron obtenidos a través de la aplicación del cuestionario; dicho programa permitió calcular los parámetros indicados para probar las hipótesis.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Hernández et al. (2014) sostienen que el análisis de datos cuantitativos se realiza hoy en día utilizando una computadora, puesto que nadie lo hace manualmente o aplicando fórmulas, especialmente si hay un volumen significativo de información. Por otro lado, en casi todas las instituciones de educación secundaria y superior, centros de investigación, empresas y organizaciones, se encuentran disponibles sistemas informáticos para almacenar o examinar datos.

La investigación utilizó el paquete estadístico SPSS versión 24, es decir este software facilitó tablas de frecuencia e histogramas que ayudaron a validar los resultados alcanzados.

### **3.7. Aspectos éticos**

El estudio desarrollado mantuvo reserva del origen de las personas encuestadas, a su vez de las respuestas proporcionadas en el cuestionario, sin ninguna manipulación por parte del investigador.

Los datos proporcionados son verdaderos y fieles a la naturaleza de la empresa. Los cuáles se guardarán y difundirán los resultados obtenidos del cuestionario.

## IV. RESULTADOS

A continuación examinaremos y explicaremos los resultados obtenidos a partir de los datos recogidos. En primer lugar, determinaremos el nivel de cada variable para luego abordar los objetivos correspondientes.

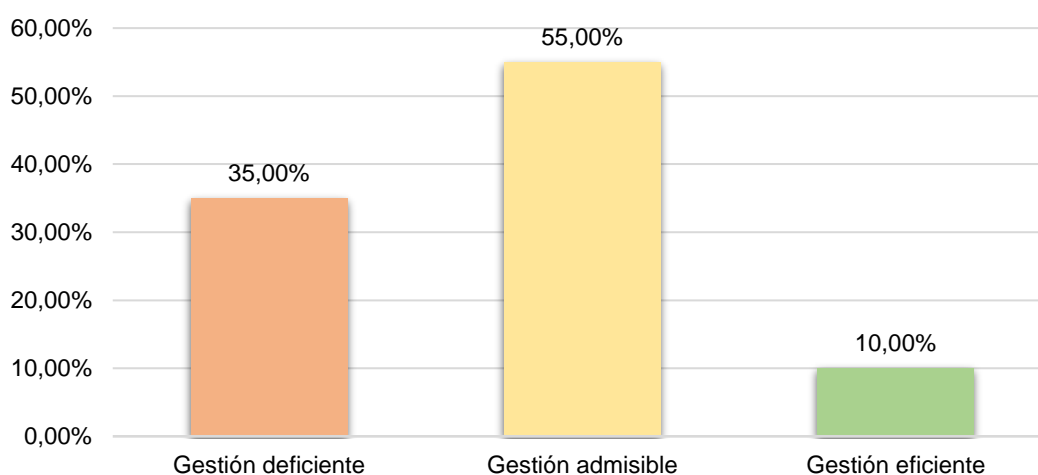
### 4.1. Análisis descriptivo

**Tabla 3.** Frecuencia de la gestión logística en la empresa Transmerquim del Perú S.A. Callao, 2018.

Escala de medición	f	%
Deficiente	14	35,00%
Admisible	22	55,00%
Eficiente	4	10,00%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta suministrada al personal de la empresa Transmerquin S.A.

**Figura 1.** Distribución porcentual de la variable gestión logística



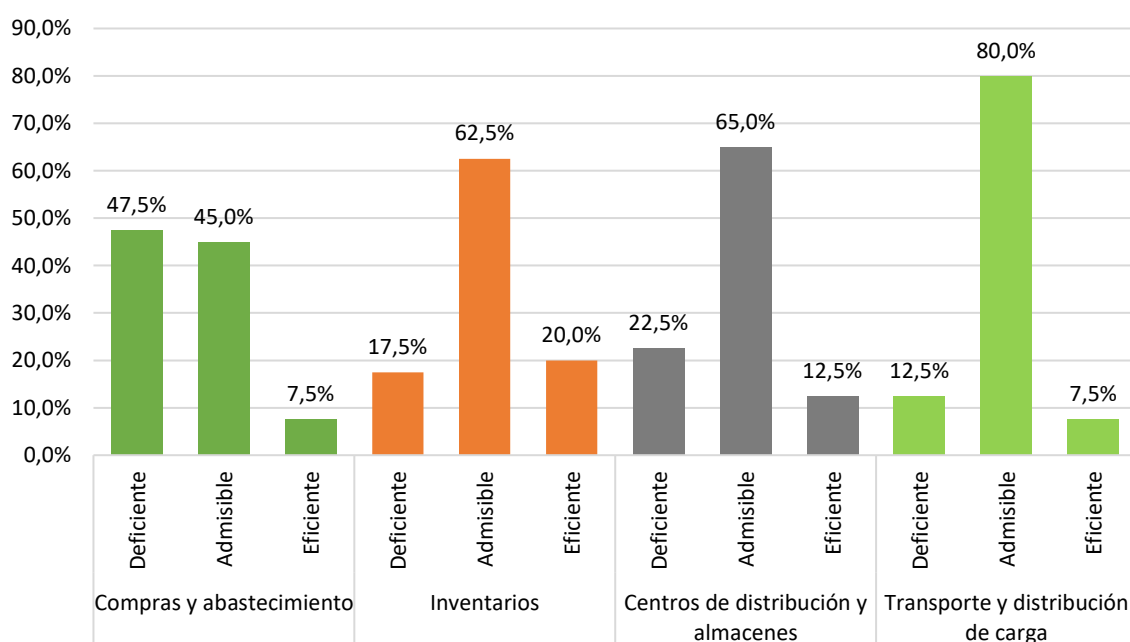
En la tabla 3, figura 1, se identificó que, del total de empleados entrevistados (N=40), el 35%(N=14) se ubican en la categoría “Deficiente”, el 55%(N=22) en el nivel “Admisible”, y por último el 10%(N=4) en el nivel “Eficiente”. Esto permite comprender que los empleados se encuentran en un nivel admisible en la gestión logística, pero existe un pequeño grupo que indica que se ubican en el nivel eficiente que son los profesionales que están a cargo de jefaturas.

**Tabla 4.** Frecuencia de la gestión logística por dimensiones, en la empresa Transmerquim del Perú S.A. Callao, 2018.

Gestión logística	Escala de medición	f	%
Compras y abastecimiento	Deficiente	19	47,5%
	Admisible	18	45,0%
	Eficiente	3	7,5%
Inventarios	Deficiente	7	17,5%
	Admisible	25	62,5%
	Eficiente	8	20,0%
Centros de distribución y almacenes	Deficiente	9	22,5%
	Admisible	26	65,0%
	Eficiente	5	12,5%
Transporte y distribución de carga	Deficiente	5	12,5%
	Admisible	32	80,0%
	Eficiente	3	7,5%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta suministrada al personal de la empresa Transmerquin S.A.

**Figura 2.** Distribución porcentual de la variable gestión logística por dimensiones.



En la tabla 4, figura 2, se muestra los resultados de la gestión logística por dimensiones, donde se evidencia que la mayoría de los participantes perciben que; En su dimensión compras y abastecimiento, la gestión logística es deficiente, con un 47.5% (N=19), seguido del 45.0% (N=18) que percibe un nivel admisible; mientras que solo el 7.5% (N=3) perciben un nivel eficiente.

En la dimensión inventarios, en su mayoría perciben que la gestión logística es admisible, representado por un 62.5% (N=25), seguido del 20.0% (N=8) que perciben un nivel eficiente, y el 17.5% perciben un nivel deficiente.

En la dimensión centros de distribución y almacenes, la mayoría perciben que el nivel de la gestión logística es admisible en un 65.0% (N=26), seguido del nivel deficiente con un 22.5% (N=9); mientras que solo el 12.5% (N=5) perciben que la gestión logística es eficiente.

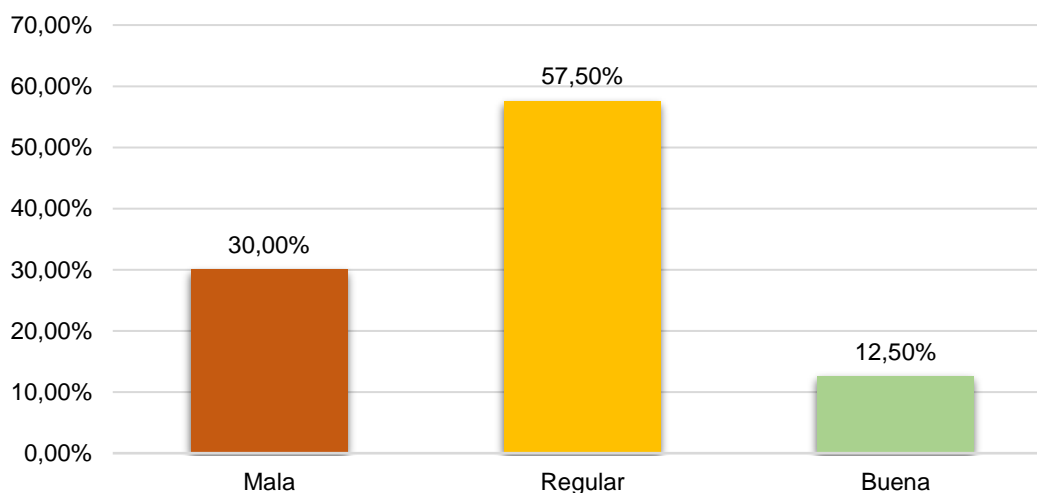
En cuanto a la dimensión de transporte y distribución de carga, el 80.0% (N=32) perciben un nivel de gestión admisible, seguido del nivel deficiente con un 12.5% (N=5) y solo el 7.5% (N=3) perciben un nivel de gestión logística eficiente.

**Tabla 5.** Frecuencia de la variable ventaja competitiva en la empresa Transmerquim del Perú S.A. Callao, 2018.

Escala de medición	f	%
Mala	12	30,00%
Regular	23	57,50%
Buena	5	12,50%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuesta suministrada al personal de la empresa Transmerquim S.A.

**Figura 3.** Distribución porcentual de la variable ventaja competitiva.



En la tabla 5, figura 3, se identifica que, del total de participantes (N=40); la mayoría considera que la ventaja competitiva es regular, representando el 57.50% (N=23); mientras que un considerable porcentaje, equivalente al 30.00% (N=12), la cataloga como mala. Sin embargo, sólo una minoría, constituida por el 12.50% (N=5) de los participantes, percibe que la ventaja competitiva es buena.

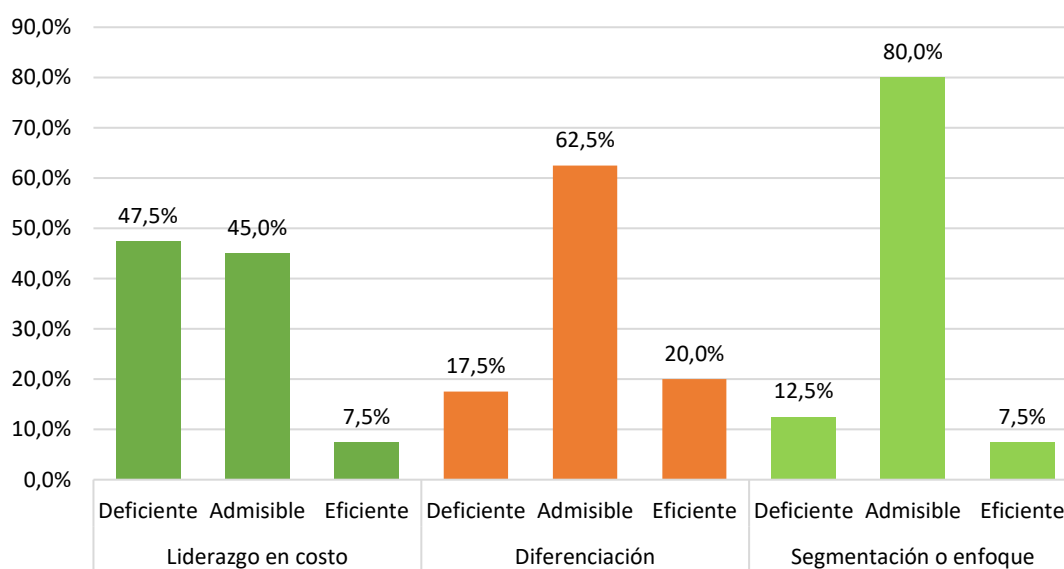


**Tabla 6.** Frecuencia de la ventaja competitiva por dimensiones, en la empresa Transmerquim del Perú S.A. Callao, 2018.

Ventaja competitiva	Escala de medición	f	%
Liderazgo en costo	Deficiente	19	47,5%
	Admisible	18	45,0%
	Eficiente	3	7,5%
Diferenciación	Deficiente	7	17,5%
	Admisible	25	62,5%
	Eficiente	8	20,0%
Segmentación o enfoque	Deficiente	5	12,5%
	Admisible	32	80,0%
	Eficiente	3	7,5%
<b>Total</b>		<b>40</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta suministrada al personal de la empresa Transmerquin S.A.

**Figura 4.** Distribución porcentual de la variable ventaja competitiva por dimensiones.



En la tabla 6, figura 4, se muestra los resultados de la ventaja competitiva por dimensiones, donde;

En la dimensión liderazgo en costo, se identifica que casi la mitad de los encuestados, representado por un 47.5% (N=19), consideran que este aspecto es deficiente, mientras que un porcentaje similar, el 45.0% (N=18), lo evalúa como admisible; y solo un pequeño grupo, representado por el 7.5% (N=3) de los participantes, percibe el liderazgo en costo como eficiente.

Por otro lado, en la dimensión diferenciación, la mayoría de los participantes, con un 62.5% (N=25), consideran que la ventaja competitiva de la empresa es admisible, aunque un segmento significativo del 17.5% (N=7), la percibe como deficiente.

En cuanto a la dimensión segmentación o enfoque, se identifica que la gran mayoría de los participantes, con un 80.0% (N=32), la consideran una ventaja competitiva admisible, mientras que un porcentaje menor la evalúa como deficiente (12.5%, N=5) o eficiente (7.5%, N=3).

## 4.2. Análisis inferencial

Para evaluar el grado de relación entre las variables de estudio, se empleó la prueba estadística de Rho de Spearman, ya que se trata de una estadística no paramétrica.

### Prueba de hipótesis general

H<sub>0</sub>: La gestión logística no se relaciona significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.

H<sub>1</sub>: La gestión logística se relaciona significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.

### Criterio:

Si el p valor es mayor que 0.05, se acepta la H<sub>0</sub> (hipótesis nula).

Si el p valor es menor que 0.05, se rechaza la H<sub>0</sub> (hipótesis nula), y se acepta la H<sub>1</sub>

**Tabla 7.** *Correlación entre la variable gestión logística y ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.*

Rho de Spearman		Gestión Logística	Ventaja Competitiva
<b>Gestión Logística</b>	Coeficiente de correlación	1,000	,909**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	40	40
<b>Ventaja Competitiva</b>	Coeficiente de correlación	,909**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	40	40

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

En la tabla 5, se identifica una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables, con un coeficiente igual a 0.909 de correlación. Este valor indica una asociación significativa entre la gestión logística y la competitividad de la empresa. Además, se observa que el valor de p asociado a esta correlación es menor que 0.01 ( $p = 0.000$ ), lo que confirma la significancia estadística de la relación. Con base en estos resultados, se rechaza la hipótesis nula y se concluye que existe una relación significativa entre la gestión logística y la ventaja competitiva.

### Hipótesis específica 1:

H<sub>0</sub>: Las compras y abastecimiento no se relacionan significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.

H<sub>1</sub>: Las compras y abastecimiento se relacionan significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.

### Criterio:

Si el p valor es mayor que 0.05, se acepta la H<sub>0</sub> (hipótesis nula).

Si el p valor es menor que 0.05, se rechaza la H<sub>0</sub> (hipótesis nula), y se acepta la H<sub>1</sub>

**Tabla 8.** *Correlación entre la dimensión compras y abastecimiento y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.*

Rho de Spearman		Compras y abastecimiento	Ventaja competitiva
<b>Compras y abastecimiento</b>	Coeficiente de correlación	1,000	,783**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	40	40
<b>Ventaja competitiva</b>	Coeficiente de correlación	,783**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	40	40

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

En la tabla 8, al evaluar el coeficiente Rho de Spearman, se identificó una relación significativa entre las variables de compras y abastecimiento y la ventaja competitiva. Dado que el valor de p igual a 0.000, el valor de p asociado a esta correlación es menor que 0.01 ( $p = 0.000$ ), y una correlación específica de 0.783. Estos resultados indican una fuerte correlación positiva entre ambas variables. Basándose en esta evidencia estadística, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna de investigación. Se concluye que existe una relación directa entre las compras y abastecimiento y el nivel de ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. Es decir, un aumento en el nivel de las compras y el abastecimiento se asocia con un aumento en el nivel de la ventaja competitiva.

### Hipótesis específica 2:

H<sub>0</sub>: La gestión de inventarios no se relaciona significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.

H<sub>1</sub>: La gestión de inventarios se relaciona significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.

### Criterio:

Si el p valor es mayor que 0.05, se acepta la H<sub>0</sub> (hipótesis nula).

Si el p valor es menor que 0.05, se rechaza la H<sub>0</sub> (hipótesis nula), y se acepta la H<sub>1</sub>

**Tabla 9.** *Correlación entre la dimensión gestión de inventarios y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.*

Rho de Spearman		Gestión de inventarios	Ventaja competitiva
<b>Gestión de inventarios</b>	Coeficiente de correlación	1,000	,702**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	40	40
<b>Ventaja competitiva</b>	Coeficiente de correlación	,702**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	40	40

\*\*.

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

En la tabla 9, al utilizar la medida de correlación Rho de Spearman, se identificó una relación significativa entre la gestión de inventarios y la ventaja competitiva. Se obtiene un valor de p igual a 0.000, lo que indica una significancia estadística muy alta ( $p < 0.01$ ), junto con una correlación específica de 0.702. Este valor sugiere una correlación positiva de magnitud media entre las variables analizadas. Basándose en esta evidencia estadística, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Se concluye que existe una relación entre la dimensión gestión de inventarios y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. En otras palabras, un aumento en el nivel de la gestión inventarios está asociado con un aumento en el nivel de la ventaja competitiva.

### Hipótesis específica 3:

H<sub>0</sub>: Los centros de distribución o almacenes no se relacionan significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.

H<sub>1</sub>: Los centros de distribución o almacenes se relacionan significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.

### Criterio:

Si el p valor es mayor que 0.05, se acepta la H<sub>0</sub> (hipótesis nula).

Si el p valor es menor que 0.05, se rechaza la H<sub>0</sub> (hipótesis nula), y se acepta la H<sub>1</sub>

**Tabla 10.** *Correlación entre la dimensión centros de distribución o almacenes y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.*

Rho de Spearman		Centros de distribución o almacenes	Ventaja competitiva
Distribución y almacenes	Coefficiente de correlación	1,000	,725**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	40	40
Ventaja competitiva	Coefficiente de correlación	,725**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	40	40

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

En la tabla 10, al analizar los resultados del coeficiente Rho de Spearman, se identificó una relación significativa entre los centros de distribución o almacenes y la ventaja competitiva. Se obtiene un valor de p igual a 0.000, lo que indica una significancia estadística muy alta ( $p < 0.01$ ), junto con una correlación específica de 0.725. Esta correlación sugiere una relación positiva de magnitud media entre las variables evaluadas. Basándose en esta evidencia estadística, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de estudio. En conclusión, existe una relación entre los centros de distribución o almacenes y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. Es decir, un aumento en el nivel de distribución y almacenes está asociado con un aumento en el nivel de la ventaja competitiva.

#### Hipótesis específica 4:

H<sub>0</sub>: El transporte y distribución de carga, no se relacionan significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.

H<sub>1</sub>: El transporte y distribución de carga, se relacionan significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.

#### Criterio:

Si el p valor es mayor que 0.05, se acepta la H<sub>0</sub> (hipótesis nula).

Si el p valor es menor que 0.05, se rechaza la H<sub>0</sub> (hipótesis nula), y se acepta la H<sub>1</sub>

**Tabla 11.** *Correlación entre la dimensión transporte y distribución de carga y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. – Callao, 2018.*

Rho de Spearman		Transporte y distribución de carga	Ventaja competitiva
Transporte y distribución de carga	Coefficiente de correlación	1,000	,677**
	Sig. (bilateral)	.	,000
	N	40	40
Ventaja competitiva	Coefficiente de correlación	,677**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	.
	N	40	40

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

En la tabla 11, al utilizar la prueba no paramétrica Rho de Spearman, se identificó una relación significativa entre el transporte y distribución de carga y la ventaja competitiva. Se obtiene un valor estimado de p igual a 0.000, indicando una significancia estadística muy alta ( $p < 0.01$ ), junto con una correlación específica de 0.677. Esta correlación señala una relación positiva de magnitud media entre las variables de investigación. Basándose en esta evidencia estadística, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis de investigación. Se concluye que existe una relación entre el transporte y distribución de carga y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A. En otras palabras, un aumento en el nivel del transporte y distribución de carga está asociado con un aumento en el nivel de la ventaja competitiva.

## V. DISCUSIÓN

Para la elaboración del capítulo discusión se tomó trabajos previos relacionados al tema de gestión logística y ventaja competitiva; el cual permitió realizar las comparaciones con los resultados obtenidos del estudio.

Según Flores, C. (2014), en su trabajo de investigación: "La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana.", se llega a la conclusión, que la gestión logística en una proporción razonable de empresas no incluye los procesos y la gestión básica para proporcionar a los consumidores el producto pertinente, en las cantidades requeridas y en el momento oportuno, lo que en ocasiones tiene un impacto significativo en los retornos financieros; además, un porcentaje legítimo de empresas carece de capacidades de gestión de compras y suministros, puesto que no se llega a distinguir con transparencia los procesos, orientándose a la improvisación, la cual genera que los usuarios reporten exigencias insignificantes y sin base alguna; además no hay control en la emisión de órdenes de compra lo cual afecta de manera negativa a los beneficios económicos.

Mientras en los resultados obtenidos en el estudio referente a la gestión de compras y abastecimiento se evidencian debilidades significativas respecto a la revisión de requerimientos (Casi Nunca 35%) y seguimiento de órdenes de compra (Casi nunca 50%). Se coincide con la autora en su conclusión, que una mala gestión de compras y abastecimiento se da porque no se logra identificar con claridad los procesos, llevando como consecuencia a dar soluciones improvisadas por lo que trae como resultado debilidades en los procesos de requerimientos y órdenes de compras porque no existe control por parte de los colaboradores de la empresa, trayendo como gran consecuencia disminución en la rentabilidad económica de la empresa. Por ello es relevante que la gestión de compras y abastecimiento, tenga procesos establecidos y claros porque este macro proceso es la base para obtener una buena gestión logística. Mora (2014) expresa que la gestión de compras y abastecimiento es el área responsable de obtener los materiales, productos e insumos para el desarrollo de las actividades del giro de la entidad, teniendo en cuenta la cantidad óptima en el plazo y lugar indicado, considerando calidad y



precio. La importancia de esta área no solo se basa en gestionar las adquisiciones necesarias para las operaciones sino en el ahorro que significa un stock óptimo reduciendo así los niveles de inventario y costos de almacenamiento.

La conclusión de Escobar J. (2015), según sus estudios realizados sobre "Gestión inventarios y distribución para optimizar los despachos de productos de consumo a clientes de la empresa JEMSA representaciones", indica que el diseño de un prototipo de gestión de inventarios en la organización, consentirá en establecer opciones más apropiadas, tomar decisiones acertadas y administrar los recursos de forma pertinente, de este modo reducir los costos y gastos; y en consecuencia se eleve las utilidades de la entidad mediante el perfeccionamiento del servicio. Esto es dable si se efectúa un trabajo en conjunto, de la mano con las jefaturas y las gerencias con el propósito de contar con un manejo apropiado de recursos conforme a las tareas efectuadas por la entidad en su gestión cotidiana. Para el respectivo examen del diagnóstico referente al curso del inventario empresarial, se llega a la conclusión que a través del marco metodológico, el cual respalda la recopilación de la información, la entidad ha conservado planes de gestión de inventarios en desuso y acompañan un ejemplar empírico, en consecuencia la propuesta se funda según lo manifestado por Ballou (2004), quien indica que la operación de las tareas primarias y de apoyo de la cadena de valor permite a la organización prototipar una correlación en tiempo, distancia y costo, con el fin de generar vastos beneficios para la organización y especialmente para los clientes.

Asimismo los hallazgos obtenidos en la investigación al respecto de la gestión de inventarios se evidencia diferencia significativa en cuanto a los productos terminados (Casi nunca 50%) y mantenimiento y reparación (Casi nunca 32.5%); se presenta debilidades en los sub procesos de los inventarios mostrando procesos empíricos. En consecuencia nos ayuda a distinguir que hay coincidencia con el autor, donde es significativo que las jefaturas y gerencias participen en el trabajo para realizar una buena gestión de inventarios, porque consentirá en desarrollar alternativas más apropiadas, tomar mejores decisiones y administrar óptimamente los recursos de la empresa. Con ello el macro proceso de la gestión de inventario se afianzará y contribuirá a tener una buena gestión logística en la empresa. Mora

(2014) determina que los inventarios son fuentes utilizables que se hallan acumulados en un lugar y tiempo determinado.

En el estudio de Polino E. (2017), en sus tesis titulada: "La gestión logística y el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes, del distrito San miguel de cauri-2017", se concluye que el sistema de almacenamiento está significativamente relacionado con la oferta de las tiendas abarrotes en el distrito en mención, dándole a las tiendas comercializadoras facilidades para almacenar los artículos que transportan, representando el 71,43% de los entrevistados, así mismo, el 60% de los entrevistados dijeron que toman en cuenta la disponibilidad del producto al efectuar sus compras. Por lo tanto, se concluye que las comercializadoras sí cuentan con áreas de acopio o almacenaje y enfatizan la relevancia con respecto a la disponibilidad del producto para los clientes, no obstante, lo dirigen de manera tradicional o experiencial, sin el alcance técnico de cómo hacerlo adecuadamente; así mismo, se haya significativamente relacionado con el suministro de las tiendas de abarrotes. En tal sentido, se concluye que el 100% de los entrevistados no utiliza kárdex para controlar su inventario y el envío de los pedidos se emite para la venta, y el 82,9% de los encuestados expresaron que el suministro que recibieron no es confiable, por lo que las tiendas comercializadoras del distrito en mención no utilizaron las herramientas disponibles para controlar el inventario, de hecho, la mayoría ni siquiera utiliza controles físicos y tampoco ejercen controles empíricos, haciéndonos contemplar que no hay interés en mejorar en este aspecto.

De acuerdo a los resultados alcanzados la investigación sobre distribución y almacenamiento revela importantes debilidades en las capacidades relacionales; esto nos permite darnos cuenta de que hay una coincidencia con lo expuesto por el autor. Es elemental que los puestos de liderazgo (gerentes) demuestren la implementación de las habilidades anteriores para desempeñar exitosamente sus funciones, de modo que puedan influir en la toma de decisiones de los empleados para concientizar y alcanzar los objetivos marcados por la empresa. El objetivo es que los gerentes interactúen diariamente con sus colegas a través de visitas periódicas in situ, evitando así el ausentismo de los líderes. Ludena et. Al (2007) enfatizan que la capacidad de coordinación y las relaciones dadas en la

organización se dan cuando todos los colaboradores interactúan y se coordinan para realizar apropiadamente las tareas asignadas por la empresa.

En la comparación de los resultados de la investigación respecto a la gestión de distribución y almacenes, se evidencian debilidades significativas en almacenaje (A veces 45%), ello nos facilita reconocer que existe coincidencia con el autor. Es fundamental que las empresas cuenten con amplia infraestructura para poder almacenar todo el volumen de producción o de compra que realiza la empresa, por ello es necesario utilizar técnicas avanzadas que ayuden en las labores administrativas y humanas, optimizando los recursos económicos y materiales de la empresa. Asimismo también debe haber un riguroso control (kardex) en cuanto a la preparación de pedidos (A veces 45%) y expedición (Casi nunca 50%), la empresa debe tener herramientas que le permitan llevar un control eficiente con el propósito de evitar tiempos muertos en los usuarios y así poder ser más eficientes y eficaces. Mora (2014) menciona que la gestión de distribución y almacenes son instalaciones físicas de diversas capacidades, acondicionados para situar, preservar y manipular mercancías o materiales entorno al giro de la actividad de la empresa.

Según Castillo K. et al. (2017), en su tesis titulada: "Modelo de gestión estratégica con enfoque de innovación para la mejora de la competitividad empresarial", concluye que las Mypes últimamente han jugado un papel más operativo y significativo en la dinámica del avance económico regional y nacional; no obstante, hacen frente a los inconvenientes para aumentar su rendimiento y así perfeccionar su competitividad. Luego de revisar diferentes perspectivas y modelos teóricos, encontramos que la competitividad se basa en la capacidad innovadora, el modelo de gestión estratégica es el proceso mediante el cual una organización establece su dirección a largo plazo, la estrategia competitiva es una combinación única de valores que conduce a una posición estratégica y sostenible. Kaluz, en su fase de exploración, aplicó estrategias y condiciones empíricas. Por ende, el uso de la herramienta llamada CANVAS para el prototipo de negocio sugerido acelerará la determinación innovadora del modelo, dándole a Kaluz la capacidad de utilizar las ocasiones y reducir los efectos adversos como las amenazas del ambiente organizacional.

Por consiguiente, en los hallazgos obtenidos del estudio referente al liderazgo en costos se evidenciaron debilidades significativas respecto a la tecnología (Casi nunca 45%) y estrategia (Casi nunca 45%). Por consiguiente se coincide con los autores en la valoración de la capacidad de innovación (tecnología) para el eficiente desarrollo de su producción, asimismo la empresa debe contar con herramientas innovadoras que permitan agilizar los procesos de la empresa; todo ello son estrategias que afianzara sus objetivos a largo plazo como un posicionamiento estratégico y sostenible en el tiempo. Así teniendo un buen liderazgo en costos va a permitir penetrar en merados y desarrollar productos con tecnología de punta y de alta calidad. Porter (2016) afirma que la tecnología permite acortar caminos y obtener respuestas inmediatas para la toma de decisiones. Además define a la estrategia como el diseño mediante el cual se establece los lineamientos para desempeñar un óptimo procedimiento, sacando el mayor beneficio.

En la investigación Lima C. (2012) de titulada: "Estrategias de competitividad para pymes", Se llega a la conclusión que esta investigación puede ser de gran utilidad y favorecer a aquellas empresas organizacionales que aspiran a una mayor competitividad y con ella simbolizar una alternativa de consumo más idónea para todos sus clientes, actuales o potenciales, además de proporcionar productos y servicios de mayor calidad. Adicionalmente, se admite la relevante que es la mercadotecnia, el diseño planteado, el servicio brindado y las relaciones existentes con los clientes y proveedores, los cuales formarán parte del cambio, convirtiéndose en pilares fundamentales que necesitan tomarse en consideración cuando se habla de competitividad. Es imprescindible tener conocimiento acerca de una carencia y llevar a cabo un diseño del producto que pueda cubrir tal necesidad, en vista de que las necesidades de los clientes cada día son más determinadas. Entonces, una vez que se cuenta con el producto, es necesario promocionarlo y posteriormente venderlo. El servicio dado al cliente y el mantenimiento de tal producto incrementan el valor del mismo y por tanto simbolizan razones elementales al instante decisivo de compra del cliente. El contacto asiduo con los clientes y el sugerir opiniones, al igual de brindar seguimiento a las ventas, facilita también a la empresa información sumamente indispensable para el futuro en el marco del diseño y las preferencias con relación

a los productos, y de este modo afianzar sus productos y procesos para el alcance de resultados óptimos, justificándose para tales casos en la información obtenida.

Así también en los resultados del estudio, en cuanto a la diferenciación se evidencia debilidades significativas en relación con el diseño del producto. Por lo que se coincide con el autor en la importancia de solicitar las sugerencias de los clientes para poder satisfacer sus necesidades a través del diseño del producto, con ello se obtendrá mejor competitividad y se conocerá las tendencias del uso de los productos que se ofrece. Asimismo se debe reconocer que este indicador es base para lograr la diferenciación en el mercado por consiguiente un mecanismo para conseguir la ventaja competitiva, sin dejar de lado la promoción del producto diseñado para lograr mayores ventas. Además Porter (2016) afirma que el diseño de producto son las características en imagen, tamaño y marketing de la marca.

## **VI. CONCLUSIONES**

### **Primera**

Se identificó que la gestión logística se relaciona significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A., con un valor de  $p=0.000$  y un coeficiente de correlación de 0.909, indicando una fuerte correlación positiva entre estas variables. Esto sugiere que un aumento en el nivel de gestión logística se traduce en un aumento en la ventaja competitiva. Además, el 55% de los colaboradores entrevistados consideraron que la gestión logística era "admisible", mientras que el 57.5% calificó la ventaja competitiva como "regular".

### **Segunda**

Se identificó que la dimensión compras abastecimiento se relacionan significativamente con la ventaja competitiva en Transmerquin del Perú S.A.; donde se encontró un valor estimado para  $p=0.000$ , con 0.01 (bilateral) de nivel de significancia y un coeficiente de correlación de 0.783. revela de manera concluyente una correlación positiva y fuerte entre las variables investigadas. De igual forma, el 47.5% de los colaboradores entrevistados clasificaron como "deficiente" la gestión de compras y suministros. Esto se debe a la falta de coordinación entre los miembros del departamento y a la falta de utilidad de la información proporcionada por el sistema.

### **Tercera**

Se identificó que la dimensión gestión de inventarios se relaciona significativamente con la ventaja competitiva en la organización Transmerquin del Perú S.A, donde se encontró que el valor estimado es  $p=0.000$ , con un nivel de significancia de 0.01 (bilateral) y un coeficiente de correlación de 0.702. Esto indica claramente que existe una correlación positiva media entre las dos variables examinadas. Además, el 62,5% de los colaboradores entrevistados clasificaron la gestión de inventarios como "admisible". Por lo tanto, los procedimientos de empaque, entrega de productos y la falta de control en el proceso de revisión por parte de los responsables no se cumplieron estrictamente.

#### **Cuarta**

Se identificó que la dimensión distribución y almacenamiento se relacionan significativamente con la ventaja competitiva de la empresa Transmerquin del Perú S.A; donde se encontró el valor calculado para  $p = 0.000$ , con  $0.01$  (bilateral) en nivel de significancia y un coeficiente de correlación de  $0.725$ . Lo cual indica una correlación positiva moderada entre las variables estudiadas. Asimismo, el  $65\%$  de los trabajadores entrevistados calificaron como “admisible” la gestión de distribución y almacén. La empresa no cuenta con locales propios, actualmente está alquilado y no alcanza para el volumen de mercancías y actividades de desarrollo.

#### **Quinta**

Se identificó que la dimensión transporte y distribución se relacionan significativamente con la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A; Donde se encontró un valor estimado de  $p= 0.000$ , con un nivel de significancia de  $0,01$  (bilateral) y una correlación de  $0.677$ . Esto indica que existe una correlación positiva moderada entre las dos variables de estudio. A su vez el  $80\%$  de los colaboradores entrevistados ubicaron a la gestión de transporte y distribución en la categoría “admisible”. Los responsables del área no cumplen con el cierre de pedidos, ya que a última hora acceden a despachar a más clientes, modificando y retrasando la hoja de ruta como la salida de vehículos.

## **VII. RECOMENDACIONES**

### **Primera**

La jefatura del área de operaciones debe tener en consideración el mejoramiento del nivel de la gestión logística para alcanzar el liderazgo en su sector. Para esto se debe usar herramientas, como los indicadores de desempeño o KPIs el cual nos dará el rendimiento real de la empresa debido a que pueden ser aplicados en cada área de nuestra logística. Con ello se logrará la eficiencia corporativa y obtener una ventaja competitiva frente a nuestra competencia.

### **Segunda**

Al jefe del área de compras, se le recomienda que supervise las actividades relacionadas al proceso de compras como la revisión de requerimiento y seguimiento de órdenes que están presentando debilidad. Para ello debe exigir que se le entregue reportes de las órdenes de compra emitidas por comprador, el porcentaje de órdenes de compras que llegan fuera del plazo estipulado, los cuales le permitirán crear un cuadro de indicadores que le faciliten la gestión y una buena toma de decisiones.

### **Tercera**

Al área de almacén, se le sugiere que debe reconocer y fomentar la importancia de verificar la conformidad de los productos terminados. Los cuales podrán ser verificados mediante la aplicación de un instrumento a través de un formato que permita realizar un inventario aleatorio o en su totalidad. Así mismo la aplicación de rotación de puesto dentro del área fomentará el compromiso para un correcto control de inventario. Así se podrá asegurar la disposición de los productos terminados para satisfacer las necesidades del cliente. Logrando una diferenciación frente a la competencia.

### **Cuarta**

A la gerencia de la empresa, se le aconseja evaluar la ampliación de la infraestructura del almacén debido a que el volumen que se recepciona supera la capacidad de almacenamiento. Esto es posible realizar mediante la instalación de racks con lo que se aprovechará el espacio en altura o todo caso adquirir o alquilar



un nuevo local para sus operaciones. Logrando así una mayor consolidación de productos y el crecimiento de la organización.

### **Quinta**

A la jefatura del área almacén y distribución, se le propone tener mayor revisión en cuanto a la preparación y expedición de pedidos pues actualmente presenta descontrol en la verificación. Por tanto se debe crear un puesto que tenga como función principal la verificación y control del cumplimiento de los despachos de las solicitudes de los clientes. Donde el área podrá alcanzar una gestión eficiente y eficaz. Logrando que la empresa tenga el liderazgo en el mercado.

## REFERENCIAS

- Bernal, César A. (2010). *Metodología de la Investigación*.  
<https://abacoenred.org/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigación-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Bustinza, P., (2017). *Cadena de valor y ventaja competitiva de la quinua organizada en la cooperativa agroindustrial Machupicchu Ltda. Andahuaylas, 2016*. Recuperado de <http://repositorio.unajma.edu.pe/handle/123456789/293>
- Bureau veritas formación, (2011) *Logística integral*. (2.a ed.). España: Fundación confemetal.
- Carraco, S., (2015) *Metodología de investigación científica: Pautas metodológicas para diseñar y elaborar el proyecto de investigación*. (9.a ed.). Perú: San Marcos
- Castillo K. et al., (2017). *Modelo de gestión estratégica con enfoque de Innovación para la mejora de la Competitividad empresarial*. Recuperado de <https://web.ua.es/es/giecryal/documentos/competitividad-innovacion.pdf>
- Carreño, A., (2014) *Logística de la A la Z*. (2.a ed.). Perú: Pontificia universidad católica del Perú.
- Celada, J., (2014). *Servicio al cliente como ventaja competitiva en empresas comercializadoras de abarrotes en el municipio de Retalhuleu*. Recuperado de <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Celada-Jorge.pdf>
- Escobar, J., (2015). *Logística de almacenamiento y distribución para optimizar los despachos de productos de consumo a clientes de la empresa JEMSA representaciones*. Recuperado de <http://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/1512>
- Escudero, J., (2014) *Gestión logística y comercial*. España: Paraninfo.
- Fred, D., (2013) *Conceptos de administración estratégica* (14.a ed.). México: Pearson.

- Flores, C., (2014). *La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima metropolitana*. Recuperado de [www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1111/1/flores\\_tc.pdf](http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1111/1/flores_tc.pdf)
- Guerras L. y Navas J., (2015) *La dirección estratégica de la empresa* (5.a ed.). España: Aranzadi.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M., (2014) *Metodología de la investigación* (6.a ed.). México: Mc Graw Hill
- Junco, P. E. (2017). *Cadena de Valor y Ventaja Competitiva de la Quinoa Orgánica en la Cooperativa Agroindustrial Machu Picchu LTDA. Andahuaylas, 2016* [Universidad Nacional José María Arguedas]. [http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/293/Pool\\_Tesis\\_Bachiller\\_2017.pdf?sequence=2&isAllowed=y](http://repositorio.unajma.edu.pe/bitstream/handle/123456789/293/Pool_Tesis_Bachiller_2017.pdf?sequence=2&isAllowed=y)
- Lima, C., (2012). *Estrategias de competitividad para pymes*. Recuperado de: [www.ptolomeo.unam.mx:8080/jspui/bitstream/132.248.52.100/2171/1/Tesis.pdf](http://www.ptolomeo.unam.mx:8080/jspui/bitstream/132.248.52.100/2171/1/Tesis.pdf)
- Llorente, J., (2012) *Dirección estratégica de la empresa*. España: COYVE.
- Magretta, J., (2016) *Para entender a Michael Porter - Guía esencial hacia la estrategia y la competencia*. México: Patria
- Porter, M., (2013) *Ventaja competitiva - Creación y sostenibilidad de un rendimiento superior*. (2.a ed.). España: Pirámide.
- Porter, M., (2016) *Estrategia competitiva – Técnicas para el análisis de la empresa y sus competidores*. España: Pirámide.
- Polino, E., (2017) *La gestión logística y el aprovisionamiento de las comercializadoras de abarrotes, del distrito San Miguel de Cauri-2017*. Recuperado de <http://repositorio.udh.edu.pe/123456789/495>
- Puello, R. & Bohórquez, E., (2013). *Diseño de un modelo de gestión logística, para mejorar la eficiencia organizacional de la empresa CORPISOS S.A.*

Recuperado

de

<http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/468/1/TESIS.pdf>

Robbins, S. y Coulter, M., (2014) *Administración*. (12.a ed.). México: Pearson.

Valderrama, S., (2015) *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. (2.a ed.). Perú: San Marcos.

# ANEXOS

## Anexo 1. Matriz de operacionalización de las variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala y Valores	Instru mento	Niveles y Rangos
<b>Gestión Logística</b>	Mora (2014), define la logística como: "la gerencia de la cadena de abastecimiento, desde la materia prima hasta el punto donde el producto o servicio es finalmente consumido o utilizado; con tres flujos importantes de materiales (inventarios), información (trazabilidad) y capital de trabajo (costos)" (p. 8).	La gestión logística, será evaluada a través de macro procesos de compras y abastecimiento, inventarios, centro de distribución o almacenes, transporte y distribución de carga, por lo que se requiere tener características observables (mostrados como indicadores), con los cuales se aplicó un cuestionario con preguntas cerradas en la escala de tipo Likert para facilitar el procesamiento.	Compras y abastecimiento	Revisión de requerimiento	P	Siempre:5 Casi siempre:4 A veces:3 Casi nunca:2 Nunca: 1	Cuestio nario	Eficiente: 3
				Selección de proveedores	P2			
				Programación de entrega	P3			
				Seguimiento de órdenes de compra	P4			
				Manejo de decisiones	P5			
			Gestión de Inventarios	Materias primas	P6, P7	Siempre:5 Casi siempre:4 A veces:3 Casi nunca:2 Nunca: 1	Cuestio nario	Admisible:2
				Productos en proceso de fabricación	P8			
				Productos terminados	P9			
			Centros de distribución o almacenes	Mantenimiento y reparación	P10, P11	Siempre:5 Casi siempre:4 A veces:3 Casi nunca:2 Nunca: 1	Cuestio nario	Deficiente: 1
				Recepción	P12			
				Almacenaje	P13			
				Preparación de pedidos	P14			
Transporte y distribución de carga	Expedición de pedidos	P15, P16	Siempre:5 Casi siempre:4 A veces:3 Casi nunca:2 Nunca: 1	Cuestio nario	Deficiente: 1			
	Rapidez y puntualidad de entrega	P17, P18						
	Seguridad y costo	P19, P20						
<b>Ventaja Competitiva</b>	La ventaja competitiva nace fundamentalmente del valor que una empresa logra crear para sus clientes y que supera los costes de ello. El valor es lo que la gente está dispuesta a pagar y el valor superior se obtiene al ofrecer precios más bajos que la competencia por utilidades o especiales que compensan con creces un precio más elevado (Porter, 2013, p.31).	La ventaja competitiva, será evaluada a través de estrategias genéricas: liderazgo en costo, diferenciación y segmentación, por lo que se requiere tener características observables (mostrados como indicadores), con los cuales se aplicó un cuestionario con preguntas cerradas en la escala de tipo Likert para facilitar el procesamiento.	Liderazgo en costo	Bajo costo	P1, P2	Siempre:5 Casi siempre:4 A veces:3 Casi nunca:2 Nunca: 1	Cuestio nario	Buena: 3
				Tecnología	P3, P4			
				Precio preferencial de materias prima	P5, P6			
				Mano de obra	P7, P8			
				Estrategias	P9, P10			
			Diferenciación	Descuento de precio	P11	Siempre:5 Casi siempre:4 A veces:3 Casi nunca:2 Nunca: 1	Cuestio nario	Regular: 2
				Diseño de producto	P12, P13			
			Segmentación o enfoque	Materiales de alta calidad	P14, P15	Siempre:5 Casi siempre:4 A veces:3 Casi nunca:2 Nunca: 1	Cuestio nario	Mala: 1
				Mercado específico	P16, P17, P18			
Segmento de línea de producto	P19, P20							

## Anexo 2. Matriz de consistencia

### GESTION LOGISTICA Y VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA TRANSMERQUIN DEL PERU S.A. Callao, 2018

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES			
<b>Problema general:</b>	<b>Objetivo general:</b>	<b>Hipótesis general:</b>	<b>Variable 1: GESTION LOGISTICA</b>			
¿Qué relación existe entre la gestión logística y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.?	Identificar la relación entre la gestión logística y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.	Existe relación entre la gestión logística y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>ITEMS</b>	<b>Instrumento</b>
			Compras y abastecimiento	1.Revisión de requerimiento 2. Selección de proveedores 3.Programación de entrega 4. Seguimiento de órdenes de compra 5. Manejo de decisiones	P1 P2 P3 P4 P5	Cuestionario
			Inventarios	1. Materias primas 2.Productos en proceso de fabricación 3.Productos terminados 4.Mantenimiento y reparación	P6,P7 P8 P9, P10, P11	
			Centro de distribución y almacenes	1. Recepción 2. Almacenaje 3.Preparación de pedidos 4. Expedición de pedidos	P12 P13 P14 P15, P16	
Transporte y distribución de carga	1. Rapidez y puntualidad de entrega 2.Seguridad y costo	P17, P18 P19, P20				
<b>Problemas específicos:</b>	<b>Objetivos específicos:</b>	<b>Hipótesis específicos:</b>	<b>Variable 2: VENTAJA COMPETITIVA</b>			
¿Cómo se relacionan compras y abastecimiento y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.?	Determinar la relación entre compras y abastecimiento y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.	Existe relación entre compras y abastecimiento y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.	<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>ITEMS</b>	<b>Instrumento</b>
			Liderazgo en costos	1. Bajo costo 2. Tecnología 3. Precio preferencial de materias primas 4. Mano de obra 5. Estrategias 6. Descuento de precio	P1,P2 P3,P4 P5,P6 P7,P8 P9,P10 P11	Cuestionario
			Diferenciación	1. Diseño de producto 2. Materiales de alta calidad	P12, P13 P14, P15	
			Segmentación o enfoque	1. Mercado específico 2.Segmento de línea de producto	P16, P17, P18 P19, P20	
¿Qué relación hay entre inventarios y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin de Perú S.A.?	Establecer la relación entre inventarios y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.	Existe relación entre inventarios y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.				
¿Cuál es la relación entre centros de distribución o almacenes y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.?	Determinar la relación entre centros de distribución o almacenes y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.	Existe relación entre centros de distribución o almacenes y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.				
¿Cómo se relacionan transporte y distribución de carga y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.?	Establecer la relación entre transporte y distribución de carga y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.	Existe relación entre transporte y distribución de carga y la ventaja competitiva en la empresa Transmerquin del Perú S.A.				

### Anexo 3. Resultado de la aplicación del instrumento cuestionario

#### Cuestionario de Gestión logística

DIM.	N°	ITEMS	Escala de Valoración				
			1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 1: COMPRAS Y ABASTECIMIENTO	<b>Revisión de requerimiento</b>						
	1	Los responsables de verificar los requerimientos de las compras, cumplen con los tiempos establecidos para lograr el abastecimiento oportuno.	27.50%	<b>35.00%</b>	25.00%	10.00%	2.50%
	<b>Selección proveedores</b>						
	2	Los proveedores han sido seleccionados en estrictos procesos, por la naturaleza del servicio brindado.	5.00%	12.50%	<b>50.00%</b>	25.00%	7.50%
	<b>Programación de entrega</b>						
	3	Ante el incremento de la demanda se cuenta con una planificación estratégica-stock, que garantiza el abastecimiento.	2.50%	22.50%	<b>42.50%</b>	17.50%	15.00%
	<b>Seguimiento de órdenes de compra</b>						
	4	Las órdenes de compra son gestionadas oportunamente para lograr una ventaja competitiva en relación a la competencia.	10.00%	<b>50.00%</b>	25.00%	7.50%	7.50%
<b>Manejo de decisiones</b>							
5	La decisión de compra es coordinada con el jefe de área, vendedores y almacén, para el cumplimiento de los procesos.	0.00%	20.00%	<b>42.50%</b>	32.50%	5.00%	
DIMENSIÓN 2: INVENTARIOS	<b>Materias primas</b>						
	6	Existe un comité de expertos en la evaluación de la calidad de la materia prima.	2.50%	10.00%	<b>50.00%</b>	25.00%	12.50%
	7	La entrada o ingreso de la materia prima es sistematizada en el momento mismo en función a cantidad y calidad.	5.00%	22.50%	<b>57.50%</b>	10.00%	5.00%
	<b>Productos en proceso de fabricación</b>						
	8	Los productos con características exclusivas para algunos clientes, son considerados en un inventario separado.	7.50%	32.50%	<b>37.50%</b>	17.50%	5.00%
	<b>Productos terminados</b>						
	9	Los productos terminados son inventarios oportunamente y las jefaturas realizan la reevaluación para su conformidad.	2.50%	<b>50.00%</b>	37.50%	10.00%	0.00%
	<b>Mantenimiento y reparación</b>						
10	En el área de almacén se cuenta con personal que da mantenimiento preventivo y correctivo a las maquinarias.	5.00%	15.00%	30.00%	<b>40.00%</b>	10.00%	
11	La gerencia gestiona sin postergación el presupuesto que corresponde para el mantenimiento y reparación de las maquinarias.	25.00%	<b>32.50%</b>	30.00%	12.50%	0.00%	

<b>DIMENSIÓN 3: CENTROS DE DISTRIBUCION O ALMACENES</b>	<b>Recepción</b>						
	12	Los productos son ingresados al sistema una vez recepcionados por los colaboradores designados.	15.00%	22.50%	<b>35.00%</b>	25.00%	2.50%
	<b>Almacenaje</b>						
	13	La infraestructura del almacén tiene la capacidad para almacenar todo el volumen de compra.	22.50%	<b>45.00%</b>	20.00%	10.00%	2.50%
	<b>Preparación de pedidos</b>						
	14	Existe un encargado, para verificar y controlar la preparación de productos para los despachos.	12.50%	17.50%	<b>45.00%</b>	15.00%	10.00%
	<b>Expedición de pedidos</b>						
15	Los transportes llevan un control de toda la documentación requerida para ejecutar la distribución.	15.00%	<b>50.00%</b>	27.50%	5.00%	2.50%	
16	Las unidades son cargadas según orden de llegada para la satisfacción de los usuarios.	7.50%	17.50%	<b>35.00%</b>	32.50%	7.50%	
<b>DIMENSIÓN 4: TRANSPORTE Y DISTRIBUCIÓN DE CARGA</b>	<b>Rapidez y puntualidad de entrega</b>						
	17	Se cumple con la entrega de 24 horas de una vez generado el pedido, lo cual nos da una diferenciación como ventaja competitiva.	12.50%	37.50%	<b>40.00%</b>	7.50%	2.50%
	18	Durante el proceso de entrega, existen colaboradores monitoreando el desplazamiento para actuar sin postergación ante alguna incidencia.	2.50%	40.00%	<b>47.50%</b>	10.00%	0.00%
	<b>Seguridad y costo</b>						
	19	La empresa de transportes, tiene un plan de contingencia en caso alguna unidad se vea perjudicada.	0.00%	15.00%	<b>52.50%</b>	25.00%	7.50%
20	Las características de las unidades de transporte, tanto para entrada -salida de mercadería, garantizan la conservación de los productos.	7.50%	7.50%	<b>42.50%</b>	37.50%	5.00%	

Fuente: Elaboración propia



## Cuestionario del Ventaja Competitiva

DIM.	N. o	ITEMS	Escala de Valoración				
			1	2	3	4	5
DIMENSIÓN 1: LIDERAZGO EN COSTO	<b>Bajo costo</b>						
	1	La empresa realiza oportunamente el estudio de costos en función al mercado consumo y a la competencia.	5.00%	15.00%	<b>57.50%</b>	12.50%	10.00%
	2	Existe un área de presupuesto que analiza con objetividad los gastos en toda la gestión para justificar los costos finales.	15.00%	30.00%	<b>45.00%</b>	17.50%	2.50%
	<b>Tecnología</b>						
	3	Los equipos tecnológicos para la preparación de productos son de última generación, pues la empresa está implementando su gestión logística.	15.00%	<b>45.00%</b>	35.00%	5.00%	0.00%
	4	La gerencia invierte en tecnología de punta para el procesamiento de materia prima e insumos pues su mercado es específico.	0.00%	27.50%	<b>47.50%</b>	15.00%	10.00%
	<b>Precio preferencial de materias primas</b>						
	5	Las materias primas necesarias para la elaboración de productos son adquiridas a un precio preferencial en el mercado.	7.50%	30.00%	<b>47.50%</b>	12.50%	2.50%
	6	El precio preferencial de materias primas va acompañado de la calidad de los productos, estos pasan el control del área de compras y abastecimiento por colaboradores con competencia para ello.	15.00%	<b>35.00%</b>	<b>35.00%</b>	12.50%	2.50%
	<b>Mano de obra</b>						
	7	La mano de obra con que se cuenta ha pasado por un proceso de selección eficiente, lo que garantiza la buena operatividad de los procesos.	7.50%	22.50%	<b>40.00%</b>	20.00%	10.00%
	8	La remuneración percibida por los colaboradores se ajusta al mercado laboral.	12.50%	30.00%	<b>50.00%</b>	5.00%	2.50%
	<b>Estrategia</b>						
	9	Los costos son evaluados periódicamente sistematizando y difundiendo los resultados obtenidos a los involucrados.	10.00%	<b>45.00%</b>	25.00%	17.50%	2.50%
	10	Cuando la producción rota con menor frecuencia se convoca al área de marketing y a los de la gestión logística para generar estrategias de compra en función a la disminución de precio.	5.00%	25.00%	<b>40.00%</b>	22.50%	7.50%
	<b>Descuento de precio</b>						
11	La coordinación de descuentos de precios con los proveedores es importante para el manejo de los costos, así se ve reflejada en la venta de los productos.	7.50%	<b>45.00%</b>	32.50%	7.50%	7.50%	

<b>DIMENSIÓN 2: DIFERENCIACIÓN</b>	<b>Diseño de producto</b>						
	1 2	El diseño de producto ofertado se ajusta a las exigencias del mercado consumidor.	15.00%	<b>35.00%</b>	20.00%	15.00%	15.00%
	1 3	Los empaques de los productos cuentan con los componentes utilizados o información de seguridad requerida por los clientes en una sola etiqueta.	2.50%	<b>25.00%</b>	17.50%	20.00%	5.00%
	<b>Materiales de alta calidad</b>						
	1 4	Los productos terminados se ofrecen al mercado gozan de aceptación, pues en los empaques se consigna los insumos utilizados.	5.00%	27.50%	<b>40.00%</b>	20.00%	7.50%
	1 5	A los clientes les convoca a visitas guiadas a la empresa para consolidar la confiabilidad en el uso de materiales de calidad.	0.00%	15.00%	<b>47.50%</b>	32.50%	5.00%
<b>DIMENSIÓN 3: ENFOQUE</b>	<b>Mercado específico</b>						
	1 6	La línea de productos que ofrece la empresa se enfoca a un mercado específico.	5.00%	20.00%	<b>47.50%</b>	20.00%	7.50%
	1 7	Los productos terminados pasan por estándares de calidad, pues se ofrecen a todos los niveles socioeconómicos.	10.00%	35.00%	<b>45.00%</b>	5.00%	5.00%
	1 8	Durante el traslado de producto, se garantiza la conformidad de la llegada por las técnicas de conservación y manipulación empleando materiales de alta calidad.	10.00%	20.00%	<b>42.50%</b>	22.50%	5.00%
	<b>Segmento de línea de producto</b>						
	1 9	El segmento de línea de productos cuenta con un público objetivo.	0.00%	22.50%	<b>40.00%</b>	27.50%	10.00%
2 0	La línea de productos son diversas, pues está enfocado a diferentes segmentos.	10.00%	<b>35.00%</b>	27.50%	25.00%	2.50%	

**Fuente:** Elaboración propia

## Anexo 4. Validación de instrumentos



III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 70 % 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:



Firma del Experto Informante.

DNI. N° 10618780 Teléfono N° 987657971

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

Segunda variable: Ventaja Competitiva

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		
Item 19	✓		
Item 20	✓		

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

Primera variable: Gestión Logística

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		
Item 19	✓		
Item 20	✓		



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del validador: Dr/ Mg. Larroche Cueto Berilo A
- 1.2 Cargo e institución donde labora: Coordinador de Sube
- 1.3 Especialidad del validador: Administrador
- 1.4 Nombre del instrumento y finalidad de su aplicación: Cuestionario
- 1.5 Título de la investigación: Cestión logística y Ventaja competitiva
- 1.6 Autor del instrumento: León Del Vinas Ramos

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1 CRITERIOS	2 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				✓	
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables.				✓	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				✓	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				✓	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				✓	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos técnicos-científicos				✓	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				✓	
8. METODOLOGÍA	La estrategia responde a propósito del diagnóstico.				✓	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				✓	
PROMEDIO DE VALUACIÓN					70%	



- III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 65 % 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: Lima 29 de Mayo del 2017.

  
Firma del Experto Informante.

DNI: N° 25685875 Teléfono N° \_\_\_\_\_

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

Segunda variable: Ventaja Competitiva

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		
Item 19	✓		
Item 20	✓		





Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

Primera variable: Gestión Logística

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		
Item 19	✓		
Item 20	✓		

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del validador: Dr / Mg. Juan Carlos Mantecón  
 1.2 Cargo e institución donde labora: Docente SVUBA  
 1.3 Especialidad del validador: Psicología  
 1.4 Nombre del instrumento y finalidad de su aplicación: Cuestionario  
 1.5 Título de la investigación: Creación logística y ventaja competitiva  
 1.6 Autor del instrumento: Kelvin José Vivas Ramos


II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1 CRITERIOS	2 INDICADORES	Deficiente 00 - 20%	Regular 21 - 40%	Buena 41 - 60%	Muy Buena 61 - 80%	Excelente 81 - 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				/	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				/	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				/	
4. SUFICIENCIA	Cubre los aspectos en cantidad y calidad.				/	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				/	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teórico-científicos.				/	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				/	
8. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				/	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				/	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						85%



- III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 0.5 % 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:

  
Firma del Experto Informante.

DNI. N° 25920455 Teléfono N° \_\_\_\_\_

Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

Segunda variable: Ventaja Competitiva

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		
Item 19	✓		
Item 20	✓		



Pertinencia de los ítems o reactivos del instrumento

Primera variable: Gestión Logística

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Item 1	✓		
Item 2	✓		
Item 3	✓		
Item 4	✓		
Item 5	✓		
Item 6	✓		
Item 7	✓		
Item 8	✓		
Item 9	✓		
Item 10	✓		
Item 11	✓		
Item 12	✓		
Item 13	✓		
Item 14	✓		
Item 15	✓		
Item 16	✓		
Item 17	✓		
Item 18	✓		
Item 19	✓		
Item 20	✓		

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1 Apellidos y nombres del validador: Dr/ Mg. Gerardo Rosado Torres  
 1.2 Cargo e institución donde labora: PROFESOR  
 1.3 Especialidad del validador: Metodología  
 1.4 Nombre del instrumento y finalidad de su aplicación:  cuestionario  
 1.5 Título de la investigación: Costos logística y Ventaja competitiva  
 1.6 Autor del instrumento: Kelvin Joel Vivas Ramos

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

1 CRITERIOS	2 INDICADORES	Deficiente 00 – 20%	Regular 21 – 40%	Buena 41 – 60%	Muy Buena 61 – 80%	Excelente 81 – 100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado y específico.				/	
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables.				/	
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.				/	
4. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.				/	
5. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.				/	
6. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos – científicos.				/	
7. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				/	
8. METODOLOGIA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				/	
9. PERTINENCIA	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.				/	
PROMEDIO DE VALIDACIÓN					65%	

Yo, **Dr. Juan Manuel Vasquez Espinoza**, docente de la Facultad de **Ciencias Empresariales** y Escuela Profesional de **Administración** de la Universidad César Vallejo **Filial – Lima, Campus Los Olivos**, revisor de la Tesis titulada:

**“Gestión logística y ventaja competitiva en la empresa Transmerquim del Perú S.A. Callao, Lima, 2018”** del estudiante **VIVAS RAMOS KELVIN JOEL**, constato que la investigación tiene un índice de similitud de **22%** verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

Los Olivos, 13 de julio de 2018



Dr. Juan Manuel Vasquez Espinoza  
DNI: 09301600  
Campus Los Olivos – Lima Norte

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