



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

**“Gestión Logística y la ventaja competitiva en la empresa Infinity Logistics Services SAC –
San Miguel, 2018”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE: LICENCIADA EN
NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORA:

JIMÉNEZ VARGAS, Tatiana Sophia

ASESOR:

Dr. LEÓN ESPINOZA, Lessner Augusto

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Mercados Emergentes

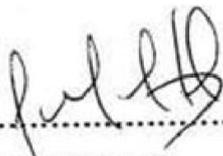
PERÚ

2018

El jurado encargado de evaluar la tesis presentada por doña Tatiana Sophia Jiménez Vargas cuyo título es: "Gestión Logística y la Ventaja Competitiva en la empresa Infinity Logistics Services SAC - San Miguel, 2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: 15 (Número) Quince (letras).

Callao, 17 de Julio del 2018

 PRESIDENTE	 SECRETARIO
 VOCAL	

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

Dedicatoria

A mi familia y amigos por ser mi apoyo incondicional y darme la fuerza que me impulsa a salir adelante y ser mejor persona

A mi profesor por su apoyo, paciencia y Consejos que me ayudaron a culminar la Investigación

Agradecimientos

A mis padres, por haberme forjado a ser la persona que soy; este y todos mis logros se los debo a ustedes. Me enseñaron que existe la libertad y las reglas pero que todas las decisiones se toman siempre con responsabilidad.

A mis hermanas y amigos más cercanos por no dejar que me rinda y llevarme al límite para conocer de lo que soy capaz. Por acompañarme en cada amanecida durante estos cinco años.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, JIMÉNEZ VARGAS, TATIANA SOPHIA con DNI N° 72669055, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

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

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

Callao, 17 de Julio del 2018



TATIANA SOPHIA JIMENEZ VARGAS

Presentación

Señores miembros del jurado:

En cumplimiento Reglamento de Grados y títulos de la Universidad Cesar Vallejo, presento ante ustedes la tesis titulada "Gestión Logística y la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel - 2018", la cual contiene los siguientes capítulos: introducción, método, resultados, discusión, conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos.

Asimismo se plantea el objetivo general de determinar la relación de la gestión logística y la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título profesional de Licenciada en Negocios Internacionales

2.3.1	Población	28
2.3.2	Unidades de muestreo	28
	2.3.3 Muestra	28
2.4	Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	28
2.4.1	Técnicas de recolección de datos	28
2.4.2	Instrumentos de recolección de datos	28
2.4.3	Validez	28
	2.4.4 Confiabilidad	29
2.5	Métodos de análisis de datos	31
2.6	Aspectos éticos	31
III.	Resultados	31
3.1.	Análisis descriptivo – Resultados de dimensiones	31
3.2.	Análisis inferencial	32
IV.	DISCUSIÓN	39
3.1	Discusión hipótesis general	39
3.2	Discusión hipótesis específica I	40
3.3	Discusión hipótesis específica II	41
V.	CONCLUSIÓN	46
VI.	RECOMENDACIONES	47
VII.	REFERENCIAS	48
VIII.	ANEXOS	50

RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene principal finalidad determinar la relación entre la gestión logística y la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C - San Miguel 2018. Se utilizó el método hipotético - deductivo enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, con un nivel explicativo causal y diseño no experimental transversal. La población de estudio estuvo constituida por colaboradores de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C - San Miguel 2018 y la muestra fue de 44 colaboradores. Como instrumento de medición se realizó un cuestionario de 20 preguntas en escala de Likert; los resultados fueron analizados mediante el software estadístico SPSS 24 .

De igual manera se realizó la prueba del alfa de Cronbach para conocer el porcentaje de relación entre la primera y la segunda variable obteniendo resultados positivos que demostraron finalmente demostraron que existe la relación entre la gestión logística y la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C. Finalmente se concluyó que la empresa Infinity Logistics Services deberá mejorar e innovar sus estrategias de venta y marketing para fortalecer las ventajas competitivas que ya tiene dentro del mercado.

Palabras clave: Gestión, logística, ventaja competitiva

ABSTRACT

The aim of this thesis was to determine the relationship between logistics management and competitive advantage of Infinity Logistics Services Company San Miguel 2018. The research was descriptive, correlational, cross-sectional, and no experimental. The population was composed by 44 workers. As a measuring instrument a questionnaire was used which consists in 20, questions the results were analyzed using the statistical software SPSS 24.

As a Mather of facts this research uses the Alfa of Conbrach, to know the level of relationship between the first and second variable. Finally, it was concluded that Infinity Logistics Services must improve and innovate its sales and marketing strategies to strngthen the compctitive advantages it alrcady has within the market .

Keywords: Managernent , Logistics, competitive advantage Palabras clave: Gestión,logística, ventaja competitiva.

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La internacionalización de los mercados hace más complejo el sistema logístico y su gestión; motivo por el cual se necesita mejorar las condiciones de las empresas productoras o comercializadoras de bienes y servicios que se encuentran participando en el comercio internacional ofreciendo uno o varios beneficios adicionales para el cliente final.

Ante las nuevas necesidades del mercado internacional, la correcta gestión de la cadena de suministros y la logística juegan un rol muy importante, ya sea para las empresas productoras o dedicadas al servicio.

Ejemplo de gestión logística a nivel internacional, es la empresa DHL global forwarding integrante del grupo Deutsche Post DHL, dedicada al transporte de paquetería integrada, se mantuvo como principal empresa forwarder del mundo ya que experimentó cambios en sus procesos, aumentando sus ingresos en 2.4% respecto al año 2013, según la consultora Armstrong & Associates en su publicación Top 25 Global Freight Forwarders', alega este crecimiento a que DHL implementó políticas de seguridad para las cargas de sus clientes, aumento de esta forma la preferencia de los mismos; creando un beneficio para ellos frente los que la competencia ofrecía.

A nivel nacional, en el último quinquenio (2011 -2015) fue registrado un aumento promedio anual de 4.3% en la economía nacional. Para el fines del año 2014 en el Perú se registraban un millón quinientos noventa y dos mil doscientos treinta y dos empresas formales, de las cuales un 90% aun registran movimientos; en el caso de empresas dedicadas a la producción de bienes, atribuyen su éxito al modelo de gestión logística empleado, mientras que las empresas dedicadas al servicio atribuyen su éxito a su calidad de atención como ventaja competitiva. Ministerio de la Producción (2015).

Ejemplo de gestión logística a nivel nacional, es RANSA, empresa logística que pertenece al grupo Romero, que gracias al uso adecuado de la gestión logística como ventaja durante el año 2015 fue considerada como

empresa N°1 en Peru Top Publications (2015) en términos de ventas en miles de soles (S/.780.96)

Dentro del sector logístico, el Consejo Nacional de Competitividad (2017) señala que existe una escasez en la oferta de servicios con ventaja competitiva y esquemas de operación que agilicen el proceso logístico individual; teniendo como consecuencias que los servicios logísticos aumenten en un 32% el valor del producto final.

Si bien es cierto que la empresa Infinity Logistics Services S.A.C no tiene el mismo nivel de operaciones que las empresas mencionadas como ejemplos, tiene la misma misión y visión como agente de carga internacional. Esta investigación pretende demostrar la correlación existente entre la gestión logística y la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C. 2018.

1.2. Trabajos previos

En el desarrollo de esta investigación se encontraron diferentes estudios relacionados con el tema abordado, dichos trabajos se detallan a continuación:

ANTECEDENTES INTERNACIONALES

Castellanos (2012), tesis de Postgrado, titulada “Diseño de un sistema logístico de planificación de inventario para aprovisionamiento en empresas de distribución del sector de productos de consumo masivo”, en la Universidad Francisco Gavidia de la ciudad de San Salvador. El fin de este estudio fue desarrollar un software de planeación logística para almacenes mejorando así el aprovisionamiento y elevar el nivel del servicio disminuyendo la inversión realizada para el control del inventario. En este proyecto se presenta un análisis general sobre la problemática que enfrenta una empresa con una gran cantidad de productos y su gestión de inventarios. Como consecuencia se confirmó la realidad de las organizaciones salvadoreñas y su distribución, demostrando la relación con la planificación de inventarios. Se pudo demostrar que las industrias que manejan una gran variabilidad de productos suelen tener problemas con el manejo de inventarios de productos con bajo nivel de rotación y al mismo tiempo

afrontan problemas por el desabastecimiento de productos altamente rotativos. En consecuencia, a esta problemática se ha buscado desarrollar planes de aprovisionamiento oportuno para sostener a la organización manteniendo el nivel más bajo de inventarios de productos de baja rotación y teniendo abastecido generosamente los inventarios con productos de alta rotación, previendo riesgos de falta de stock y una inversión monetaria controlada para los inventarios.

Bohrquez y Puello (2013), en su investigación titulada “Diseño de un modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia organizacional de la empresa Coralinas & pisos Corpisos S.A. en el municipio de Turbaco, Bolívar” permitiéndole egresar como administrador de empresas de la Universidad de Cartagena, Cartagena de Indias - 2013. La finalidad principal, del estudio, fue hallar el impacto de un modelo de gestión logística en la eficiente mejora de la organización Coralinas & pisos S.A. Corpisos S.A.; utilizando la metodología descriptiva, pues buscó determinar el estado actual de la empresa durante la realización de la investigación, utilizando como herramienta de medición cinco cuestionarios y visitas de observación, una muestra de 45 entrevistados de una población total de 100 colaboradores, se comprueba la importancia de la reducción de costos perceptibles en las utilidades de la empresa, siendo estos valores logísticos un 60% de las ventas, en una empresa transformadora de bienes promedio. Con un nivel de confiabilidad de 0.815 (Alfa de Cronbach) y un resultado de correlación de 0.867 significancia 0.000 (Coeficiente Rho de Spearman) se llegó a la conclusión que la empresa Coralinas & pisos S.A deberá implementar un modelo de gestión logística mejorando así la eficiencia organizacional de la misma.

Gonzáles (2016), en su investigación titulada “Ventaja competitiva: Sustentabilidad de la estrategia de negocio”, obteniendo así el grado de magister en administración por la Universidad Iberoamericana de México. El fin de este estudio fue demostrar la existencia de una relación entre la ventaja competitiva y la imagen de marca de la empresa Kris Kreme. La metodología empleada; el enfoque en cuantitativo, utilizando la metodología descriptiva - Correlacional y diseño de investigación no experimental - transversal. El

autor plantea como hipótesis demostrar la existencia de una relación entre el crecimiento de las ventas y la calidad del producto durante el periodo 2014 - 2015. Aplicando un cuestionario de 30 preguntas (escala de Likert) y una encuesta como técnica e instrumento respectivamente. Teniendo 150 clientes como población total y una muestra de 110 clientes se obtuvo un nivel de confiabilidad de 0.835 (Alfa Cronbach) y un resultado de correlación de 0.805 significancia 0.000 (Coeficiente Rho de Spearman). En conclusión, se comprueba la correlación entre la imagen de marca y la ventaja competitiva, siendo esta positiva alta para la empresa Kris Kreme.

Flores (2010) en su investigación titulada “Estrategia para aumentar la ventaja competitiva, caso: empresa eléctrica multinacional” para obtener el grado de magister en ciencias administrativas por el instituto politécnico nacional, México, tiene como fin principal demostrar que existen ventajas competitivas al ejecutar políticas Aduaneras seguras, específicamente la política antiterrorista C-TPAT en una firma eléctrica multinacional, en su sede mexicana y en su centro de distribución estadounidense utilizando de herramienta un cuestionario de 25 preguntas aplicado a una muestra de 28 personas (población 50 personas), se obtuvo un resultado de correlación de 0.806, el nivel de significancia 0.000. Se concluyó que si bien el sistema mencionado sería efectivo al 100% no podría representar una ventaja competitiva a menos este beneficio y compromiso se le informe al cliente.

ANTECEDENTES NACIONALES

Mulatillo (2014), en su investigación “Gestión logística y control de inventarios en el almacén corporativo Centria SA- Lima”, para egresar como administrador de la universidad Cesar Vallejo. Tiene como finalidad demostrar que existe la relación entre gestión logística y control de inventarios del almacén corporativo de la empresa Centria. Diseño no experimental, tipo de estudio descriptivo, nivel correlacional. Obteniendo como resultado de Rho de Spearman 0,850 con un nivel de significancia de 0.000 (Coeficiente Rho de Spearman). afirmando la existencia de relación directa y significativa entre sus variables gestión logística y control de inventarios. Finalmente se concluye que una adecuada gestión logística

permite potenciar los niveles logísticos empresariales perfeccionando el nivel de servicio al cliente permitiendo reducir los costos operativos

Flores (2014), en su estudio “La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana”, para egresar de la facultad de contabilidad pública, de la Casa de estudio San Martín de Porres, tuvo como finalidad determinar el nivel de influencia de la gestión logística sobre la rentabilidad de las empresas dedicadas a implementar campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana; teniendo como marco comparativo las principales empresas dedicadas a esta actividad. La metodología empleada es la descriptiva, con una población de 500 personas residente de Lima Metropolitana, se aplicó como instrumento una encuesta y entrevistas; más de la mitad de los encuestados (56.25%) considera que desarrollar una cultura de servicio al cliente tendrá consecuencias favorables para la rentabilidad interna. El nivel de confiabilidad del instrumento fue de 0.907 (Alfa Cronbach) y un resultado de correlación de significancia 0.000 (Coeficiente Rho de Spearman). La investigación llegó a la conclusión que compras, almacén, transporte y atención al cliente influye de manera favorable en la optimización de la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero de Lima Metropolitana.

Arrieta (2012), tesis de Licenciatura, titulada “Propuesta de mejora en un operador logístico: análisis, evaluación y mejora de los flujos logísticos de su centro de distribución”. Realizado en Lima, de la Facultad de Ciencias e Ingeniería en la Pontificia Universidad Católica de Lima. La presente tesis propone estrategias de mejora dentro del desarrollo interno de un operador logístico, probando que mejorando el traslado utilizaran menos tiempo y recursos operativos, optimizando la gestión logística por consecuencia incrementa el desempeño usando así la filosofía justo a tiempo como ventaja competitiva. Se diagnosticó que la firma tenía problemas en las distintas áreas de trabajo, potencialmente en producción y distribución de los productos, de manera que parte de su día a día cotidiano era recurrir a horas extras para cubrir pedidos y al reproceso. Se plantearon las siguientes

soluciones:1) La mejora de los procesos logísticos para potenciar los niveles de servicio a clientes y al mismo tiempo reducir sus costos operativos; 2) La importancia de evaluar previamente la capacidad instalada de producción y distribución de la empresa.

Figueredo, Porra, (2014), en su investigación titulada “Conocimiento logístico y su relación con la competitividad exportadora del sector floricultor peruano”, egresando como magister administrador de negocios - relaciones internacionales de la Universidad Privada César Vallejo. Tiene como fin principal comprobar la existencia de correlación entre el Conocimiento Logístico y la Competitividad Exportadora del sector floricultor. El estudio es de tipo aplicado, el nivel de estudio fue descriptivo – correlacional con enfoque cuantitativo. Utilizó una muestra de tipo probabilístico de 49 profesionales de las 9 empresas exportadoras de flores. Utilizando una encuesta y cuestionario (técnica e instrumento respectivamente). Se usó el juicio de expertos para la validación; obteniendo 0,908 como nivel de confiabilidad (Alfa de Cronbach). El estudio finalizó demostrando la existencia correlación positiva-alta entre el conocimiento logístico y la competitividad exportadora del sector floricultor peruano.

Arrincon (2005), en su investigación titulada “Estrategias y ventajas competitivas para el desarrollo de las PYMES agroindustriales del Perú” para obtener el grado de Magister en Administración por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos planteó tuvo como objetivo principal determinar la relación de las estrategias de venta planteadas y las ventajas competitivas que están representadas respecto al crecimiento de las Pequeñas y medianas empresas agroindustriales del Perú realizó el análisis de la situación de estas empresas convirtiéndolas en más eficientes y eficaces así como competitivas en el mercado nacional e internacional. Se utilizó la metodología descriptiva y como instrumento de medición se utilizaron encuestas y entrevista a una población de 12015 clientes de la empresa y una muestra de 100 clientes. Según Alfa de Cronbach obtuvo un nivel de confiabilidad de 0.906. Una de las hipótesis específicas planteadas en la investigación es “las estrategias de venta planteadas impactan directamente con el nivel de calidad de la venta de la empresa Superconcreto del Perú S.A. utilizando el Coeficiente Rho de Spearman dando un resultado de correlación de 38.6; y para relación con la

expectativa confiable muestra un coeficiente Rho de Spearman de 0.825. Finalmente, se concluyó que existe una relación entre las estrategias de venta planteadas y que están impactando directamente con las ventas de calidad de la venta de la empresa Superconcreto del Perú S.A.

Bullón, L. (2010) en su investigación “Ventajas competitivas de las capacidades operacionales y dinámicas de la tecnología de la información: caso de Lima, Perú” para obtener el grado de doctor en administración estratégica de empresas, por la Universidad Católica del Perú. Se planteó como finalidad principal analizar la relación entre las capacidades de la TI (tecnología – información) y la ventaja competitiva. Se utilizó una metodología descriptiva y explicativa, así como lógica deductiva. Se aplicó un cuestionario a 200 estudiantes (muestra) de post grado se obtuvo como resultado que el 95% de los encuestados concluyó que la capacidad operacional y dinámica de la tecnología e información representa una ventaja a la hora de crear nuevos productos e innovar los existentes.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Variable I: Gestión Logística

Con respecto a la variable I, se adjuntó ciertas definiciones acerca de la Gestión logística, elaboradas por algunos expertos del tema:

Según Escudero (2012), manifiesta que la logística empresarial para una empresa de servicios consiste en tener una red de elementos y procesos internos, de manera tal que al ser ejecutados dentro de la empresa pueda lograr una satisfacción interna laboral con sus trabajadores aumentando la calidad de servicio de la empresa (p.112).

Según García M. (2013).

La rentabilidad será maximizada en efectividad y costos, siempre y cuando el control de inventarios, almacenamiento, movimiento y adquisición de productos y flujo de información asociado sean gerenciados estratégicamente mediante su canal de distribución y organización.

Según Fuentes A, (2012).

El proceso que tiene un producto o servicio desde su inicio hasta que es consumido o culminado es llamado cadena de suministros, concepto que ha tomado fuerza durante los últimos años, que además está directamente relacionado con la estrategia logística de las compañías.

1.3.2. Variable dependiente: Ventaja Competitiva

Con respecto a la variable dependiente, se adjuntó diversas definiciones sobre los negocios internacionales realizadas por algunos expertos en el tema:

Según Porter (2008).

El concepto de valor representa lo que los compradores están dispuestos a pagar, y el crecimiento de este valor a un nivel superior se debe a la capacidad de ofrecer precios más bajos en relación con los competidores por beneficios equivalentes o proporcionar beneficios únicos en el mercado que puedan compensar los precios más elevados.

Según Puig C, (2014).

Poseer una ventaja competitiva no significa necesariamente ser siempre el mejor, sólo implica que debe existir algo que los consumidores identifican como mejor, tanto si es consciente como inconscientemente, y que les motive a preferir tu producto frente a los de su competencia.

Según Solórzano G. (2013).

Sin importar el tamaño, estructura, transacciones, administración de las empresas deben considerar que la calidad en el servicio al cliente es uno de las principales características de las empresas; demostrando el nivel que tienen para desempeñarse dentro de su rubro, ya que al ser la primera imagen que se da a los clientes ayuda a mantenerse en la preferencia de los mismos; de no ser la adecuada puede convertirse en una amenaza.

1.4. **Formulación del problema:**

1.4.1. **General**

- ¿Cómo se relaciona la gestión logística con la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C. San Miguel - 2018?

1.4.2 **Específicos:**

- ¿Cómo se relaciona la gestión logística con la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C. San Miguel - 2018?
- ¿Cómo se relaciona la gestión logística con la imagen de marca de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C. San Miguel - 2018?

1.5. **Justificación del estudio**

Hernández, Fernández y Baptista (2014), el análisis se desarrolla detallando las razones del estudio. La mayoría de las investigaciones se desarrollan con un objetivo claro y representativo para que se justifique su ejecución (...). El estudio llega a ser representativa por distintos motivos; pueden ayudar a resolver un problema social, a construir una nueva teoría o a generar nuevas inquietudes de un estudio (p. 40).

Teórico:

El estudio se realiza basándose en investigaciones realizadas en la última década; respecto a la relación que existe entre una adecuada logística empresarial con la ventaja competitiva que representará para la empresa Infinity Logistics Services en el periodo 2018.

Metodológico:

El estudio se realiza para cumplir los objetivos propuestos, haciendo uso de técnicas de investigación. en este caso las encuestas, a los colaboradores de la empresa Infinity Logistics Services, para contrastar información acerca de cómo una adecuada logística empresarial representará una ventaja competitiva frente a la competencia directa del mercado. Por lo tanto, al cruzar la información obtenida se buscará llegar a una conclusión factible y dar a conocer de ese modo los diferentes factores para dicha evidencia de la problemática

Práctica:

La investigación tiene como finalidad proporcionar conocimientos que puedan ser aplicables a las distintas empresas de servicios y de producción, y al mismo tiempo permitir que la empresa Infinity Logistics Services mejore e incremente la calidad del servicio de transporte internacional a pesar de los distintos inconvenientes por restricciones de terceros, que retrasan de alguna u otra forma los procesos internos.

Social:

La investigación se orienta a determinar los factores más relevantes sobre la logística empresarial que contribuirán a un mejor desempeño de las agencias de carga internacional en el Perú.

Convenencia

La investigación se realiza debido que la empresa Infinity Logistics Services necesitaba conocer cuáles son los puntos débiles que tiene para poder convertirlos en ventaja frente a su competencia.

1.6. Hipótesis

Hernández et al. (2014), la hipótesis establece relaciones de causalidad no solo afirman la relación entre dos o más variables, sino que también expone un sentido de entendimiento; esta hipótesis en particular establece una relación causa-efecto. (p. 100).

La investigación planteada tiene una hipótesis que establecen relaciones de **CAUSALIDAD** ya que reúne dos variables relacionadas, las cuales son de causa y efecto, y a su vez, una depende de la otra.

1.6.1 General

- La logística empresarial se relaciona con la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel - 2018

1.6.2 Específicas

- La logística empresarial se relaciona con la venta de calidad de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel - 2018

- La logística empresarial se relaciona con la imagen de marca de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel - 2018

1.7 Objetivo

1.7.1 General

- Determinar la relación entre la gestión logística con la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel - 2018

1.7.2 Específicos

- Determinar la relación entre la gestión logística con la venta de calidad de la empresa la Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel – 2018.
- Determinar la relación entre la gestión logística con la imagen de marca de la empresa la Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel – 2018.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de la investigación

El estudio se basó en el diseño **NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL**, Para Hernández et al. (2014), un estudio no experimental es aquella en la que no manipulan deliberadamente las variables para así determinar el efecto sobre otras variables. También se observan fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos. (p. 149).

Según Hernández et al. (2014), los diseños de investigación transversal son aquella donde los datos son recolectados en un tiempo. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede (p. 151).

Teniendo como referencia a las citas mencionadas, se deduce que la investigación no manipuló las variables, sólo se observó y analizó, además que se buscó recabar información en un solo momento.

2.1.1. Enfoque de Investigación

El enfoque de investigación es **CUANTITATIVA**, para Hernández et al. (2014), consiste en recolectar información para confirmar hipótesis,

utilizando la medición numérica y el análisis estadístico, estableciendo patrones de comportamiento y probando teorías (p. 4).

2.1.2. Método de investigación

El razonamiento de exploración fue **HIPOTETICO - DEDUCTIVO**; dado que según Bernal(2010). Consiste en un estilo que parte de unas afirmaciones en naturaleza de hipótesis con la intención de confirmarlos o negarlas, deduciendo de ellas culminaciones que deben confrontarse con los eventos. (p.60).

2.1.3. Tipo de investigación

El razonamiento de exploración fue **APLICADA**; dado que tal y como lo menciona Behar (2008), pretende aplicar las teorías adquiridas durante el tiempo de estudio. También requiere de un marco teórico, buscando contraponer la teoría con la realidad. En el análisis y ejecución del trabajo a problemas concretos. en circunstancias y características concretas. (p.20).

2.1.4 Nivel de investigación

En la presente investigación se empleó un nivel **DESCRIPTIVA - CORRELACIONAL**. Según Hernandez et al. (2014) la finalidad del nivel correlacional es demostrar el grado de relación existente entre dos o más variables en una muestra o contexto en particular (p. 93).

Por otro lado la investigación descriptiva busca especificar las características y perfiles importantes de cualquier fenómeno que se someta a un estudio.

2.2. Variables, operacionalización

El estudio cuenta con dos variables, la primera (variable I) “Gestión Logística” y la segunda “Ventaja Competitiva” (variable II). Ambas fueron definidas conceptualmente.

2.2.1. Operacionalización de variables

Variable 1: Logística Empresarial

Definición conceptual:

Según Escudero (2012).

“La logística empresarial para una empresa de servicios consiste en tener una

red de elementos y procesos internos, de manera tal que al ser ejecutados dentro de la empresa pueda lograr una satisfacción interna laboral con sus trabajadores aumentando la calidad de servicio de la empresa” (p.112).

Dimensión: Venta de calidad

Véscovi (2010), lo define de la siguiente manera:

“Los procesos, desde el punto de vista empresarial, son acciones o actividades sistematizadas que se toman dentro del aspecto productivo para aumentar la rentabilidad produciendo más y reduciendo sus costos” (p. 103).

Indicadores:

Sistematización

Según Luna (2015), lo define así:

“Proceso mediante el cual se pretende ordenar una serie de pasos, con el fin de otorgar jerarquía a los diferente elementos” (p. 21)

Rentabilidad

Según De Jaime (2010) lo define de la siguiente manera:

“Capacidad estratégica que tiene una compañía generando mayores ingresos que egresos durante un determinado periodo de tiempo” (p.46)

Dimensión: Calidad de servicio

Según Crosby (2013) define de la siguiente manera:

“La calidad es conformidad con los requerimientos, los cuales deben estar establecidos correctamente evitando malentendidos. La calidad depende del proceso interno de la empresa, de cómo se sienta el cliente con el servicio y la atención que reciba, es decir la percepción del cliente sobre el servicio y los trabajadores de la empresa.” (p. 15)

Indicadores:

Percepción

Según Sánchez (2008) lo define así:

“La percepción es el mecanismo individual que realizamos los seres vivos recibiendo, interpretando y comprendiendo las señales externas a través de una actividad, son también imágenes mentales, creadas a través de una

experiencia” (p.34).

Dimensión: Estrategia empresarial

Según De los Santos (2004) lo define así:

“Es la búsqueda de estrategias que logren una mejora en el desempeño interno laboral, aprovechando las fortalezas de la empresa desarrollando la ventaja competitiva de y la acentúe, de forma que esta logre crecer y expandir su mercado reduciendo la competencia.” (p.55).

Indicadores:

Fortalezas de la empresa

Según Quevedo (2011) lo define así:

"Las fortalezas de una empresa son los factores internos propios que favorecen o facilitan el logro de los objetivos. Al mismo tiempo son las características por las que la empresa logra un reconocimiento." (p.14)

Desempeño interno laboral

Según Chiavenato (2000) lo define

“Como las acciones relevantes que se observan en los empleados para conseguir un logro para la organización. Afirma también que un buen desempeño laboral cuenta como una fortaleza para la empresa. (p.100)

Variable 2: Ventaja Competitiva

Definición conceptual:

Según Porter (2015):

“Una ventaja competitiva es una característica a favor de la empresa en algún aspecto ante otras del mismo sector, que permitiendo un mejor desempeño generando ventas de calidad y una imagen de marca que será reconocida por clientes potenciales y sobre todo en el mercado donde se desempeña”. (p.7).

Dimensión: Imagen de marca

Según Richard (2015), lo define como la utilización de diversas herramientas de promoción, de manera coordinada, para lograr que los

clientes se identifiquen y prefieran la marca (p.7).

Indicadores:

Experiencias de consumo:

Según Piedragil (2015) lo define así:

“Incentivos que involucran factores como ambiente, diseño, segmentación de mercado, atención al cliente, etc. Cuando se planea correctamente, las estrategias aportan beneficios inigualables, como nuevos consumidores, clientela leal, mayores ventas y recomendaciones.” (p.211).

Posicionamiento de marca:

Espinosa (2017):

“Llamamos posicionamiento de marca al lugar que representa la marca en la mente de los consumidores frente a la competencia. Otorgando a la empresa una imagen propia y única que se da mediante la comunicación activa de unas características, beneficios o valores diferenciales a la audiencia objetivo, previamente seleccionados” (p.321).

2.2.2. Matriz de Operacionalización

Variable I: Gestión Logística

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento de medición
VARIABLE I: GESTIÓN LOGÍSTICA	Según Escudero (2012), la gestión logística para una empresa de servicios consiste en tener una red de elementos y procesos internos, de manera tal que al ser ejecutados dentro de la empresa puede lograr una satisfacción interna laboral con sus trabajadores aumentando la calidad de servicios de la empresa (p.112).	La variable II de la gestión logística, se mide a través de un cuestionario que contiene diferentes items, donde se tendrá en cuenta los indicadores para su adecuada realización	Procesos	Sistematización	Según Hernandez et al (2014) Ordinal Tiene un orden de mayor o menor jerarquía (p.215). Intervalo Tiene intervalo iguales entre las categorías, es cero es real y absoluto, no es arbitrario (p 216).
				Rentabilidad	
			Calidad de servicio	Percepción	
				Fortalezas de la empresas	
			Estrategia empresarial	Desempeño interno laboral	

Variable II: Ventaja competitiva

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Instrumento de medición
VARIABLE II: VENTAJA COMPETITIVA	Según Porter (2015), "una ventaja competitiva es un aspecto que posee una empresa ante otras del mismo sector o mercado, que permite un mejor desempeño frente a las demás generando ventas de calidad e imagen de marca que será reconocida por clientes potenciales dentro del mercado donde se desenvuelve" (p.115).	La variable II de la gestión logística, se mide a través de un cuestionario que contiene diferentes items, donde se tendrá en cuenta los indicadores para su adecuada realización	Venta de calidad	Información de clientes	Según Hernandez et al (2014) Ordinal Tiene un orden de mayor o menor jerarquía (p.215). Intervalo Tiene intervalo iguales entre las categorías, es cero es real y absoluto, no es arbitrario (p 216).
				Venta	
			Imagen de marca	Experiencia de consumo	
				Posicionamiento de marca	

2.3. Población y muestra

2.3.1 Población

Según Bernal (2010) señala que la población, son todos los participantes referentes en la investigación. Así como el conjunto de todas las unidades de muestreo. (p. 161). Motivo por el cual, la población estuvo constituida por 55 colaboradores de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel - 2018.

2.3.2. Unidades de muestreo

De la población general, se seleccionó 50 elementos o unidades de muestreo seleccionados al azar que reunían ciertas características idóneas para la investigación. Hernandez et al (2014), lo define como el subconjunto de participantes que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población pretendiendo que este subconjunto sea un reflejo total del conjunto de la población(p. 175).

2.3.3 Muestra

El tipo de muestra fue **PROBABILÍSTICO ALEATORIO SIMPLE**, tal y como y lo menciona Hernández et al (2014) refiere que dentro de las muestras probabilísticas, cada elemento de la población tiene el mismo porcentaje de posibilidad a elegidos para la muestra y se obtienen definiendo los parámetros de la población y el tamaño de la muestra, mediante una selección aleatoria o mecánica de las unidades de muestreo/análisis. (p. 175).

Para la estimación de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

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

El tipo es muestra

	Nivel de confiabilidad	95%
N=	Total de la población	50
Z ² =	Valor de distribución	1.96
p=	Proporción de aceptación	50%
q=	Porcentaje de no aceptación	50%
n	d= Margen de error	5%

$$n = 44$$

Total de muestra para el estudio estuvo conformado por 44 colaboradores de la empresa Infinity Logistics Services del distrito de San Miguel.

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

2.4.1 Técnica de recolección de datos

Se consideró como técnica una **ENCUESTA**, incluyendo preguntas respecto a la logística empresarial y como se relaciona con la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services, San Miguel – 2018.

Para Hurtado, Kuznik y Espinal (2010), la encuesta consiste en recoger datos de forma concreta, particular y práctica de un procedimiento de investigación (p. 317).

2.4.2 Instrumentos de recolección de datos

El instrumento de recolección de datos utilizado en el estudio fue el **CUESTIONARIO**, realizado a la muestra para obtener su punto de vista con relación a la investigación.

Bernal (2010), define el cuestionario como el conjunto de preguntas diseñadas para obtener los datos necesarios, con la finalidad de alcanzar los objetivos del trabajo permitiendo estandarizar y uniformar el proceso de recopilación de datos (p. 250).

El instrumento de la investigación contó con 20 preguntas; 10 preguntas para la variable I “Gestión Logística” y 10 preguntas por la variable II “Ventaja Competitiva” el cuestionario estuvo dirigido a los colaboradores de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel - 2018.

2.4.3 Validez

Para Hernández, et al. (2014), la validez se define como el nivel en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (p. 200). El instrumento utilizado en la investigación fue sometido a juicio de expertos, de acuerdo a la Facultad de Ciencias empresariales, Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo - Filial Callao, los cuales fueron:

- a) Dr. Lessner Augusto León Espinoza.
- b) Dr. Israel Barrutia Barreto
- c) Dr. Rafael Lopez Landuro

2.4.4 Confiabilidad

Bernal (2010), “la confiabilidad del cuestionario hace referencia al nivel de consistencia de los resultados obtenidos luego de realizar las encuestas a las personas seleccionadas, al ser examinados con los mismos cuestionarios [...]” (p. 247).

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

La confiabilidad del instrumento se realizó con el método de Alfa de Cronbach, ingresaron los datos recolectados al estadístico SPSS 24, realizado a la muestra piloto, correspondiente a 44 colaboradores de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel - 2018; con un total de 20 preguntas.

VARIABLE I Y II

TABLA N°1: DE FIABILIDAD GENERAL

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	44	100,0	,953	20
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	44	100,0		

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

TABLA N°2: DE FIABILIDAD GENERAL

Resumen de procesamiento de casos				de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	44	100,0	,940	20
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	44	100,0		

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

Variable I: Gestión Logística

En la tabla N°1 el estadístico de fiabilidad para la variable I “Gestión Logística” obtuvimos un valor de 0.901; es decir el grado de fiabilidad del instrumento se considera alto.

Variable II: Ventaja competitiva

TABLA N° 2

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	44	100,0	,901	10
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	44	100,0		

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

En la tabla N°2 el estadístico de fiabilidad para la variable II “Ventaja Competitiva” obtuvo un valor de 0.901; es decir el grado de fiabilidad del instrumento se considera alto.

TABLA N°3
VARIABLE I y II

Resumen de procesamiento de casos				Estadísticas de fiabilidad	
		N	%	Alfa de Cronbach	N de elementos
Casos	Válido	44	100,0	,953	20
	Excluido ^a	0	,0		
	Total	44	100,0		

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

En la tabla N°3 el estadístico de fiabilidad para las variables I y II indicó que el grado de confiabilidad es alto con un valor 0.953; es decir, la prueba es confiable.

2.5 Métodos de análisis de datos

En el trabajo de investigación se utilizó el programa estadístico SPSS 24, Además, se tomó el Alfa de Cronbach para obtener el nivel la confiabilidad del instrumento y el Juicio de expertos para la validez del mismo

2.6 Aspectos éticos

Para la realización de este estudio se consideraron los siguientes aspectos éticos:

- ✓ **Utilización de la información:**
La identidad de cada persona fue respetada y no se dio otro uso con la información obtenida.
- ✓ **Valor social:**
Las integrantes que participaron de la encuesta que se realizó en la investigación, presentaron disposición para responder las preguntas del cuestionario.

✓ **Validez científica:**

La información obtenida por otros autores, se encontrará debidamente citadas con las fuentes correspondientes, y además no se ha alterará ningún dato del autor original para así evitar posibles divulgaciones de plagio. De esta manera, la validez teórica será la correcta.

III. RESULTADOS

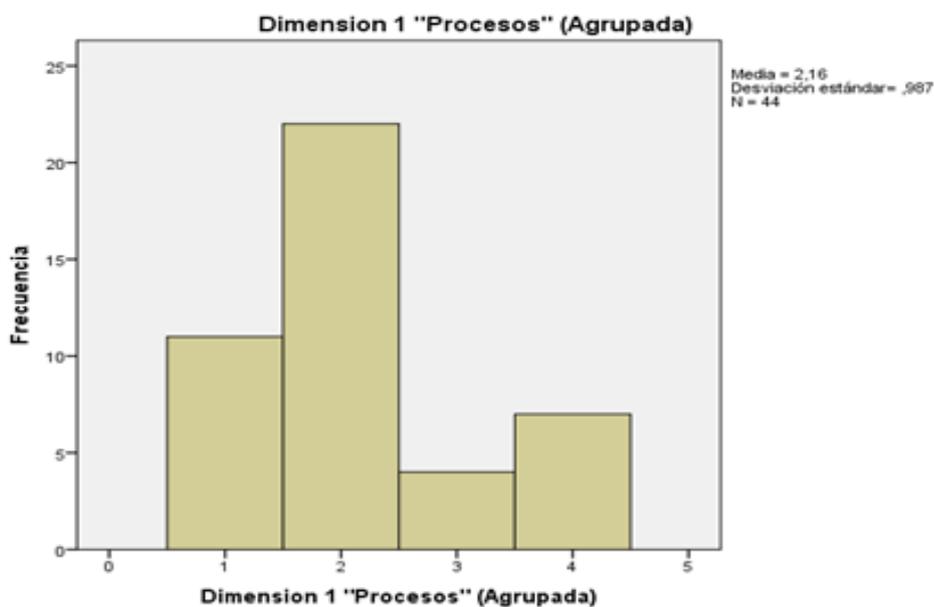
3.1.1. Análisis descriptivo – Resultados de dimensiones

VARIABLE I “Gestión Logística”

Dimensión 1 (Agrupada) “Procesos”

TABLA N°4

		Dimensión 1 "Procesos"			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	11	25,0	25,0	25,0
	De acuerdo	22	50,0	50,0	75,0
	En desacuerdo	4	9,1	9,1	84,1
	Muy en desacuerdo	7	15,9	15,9	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

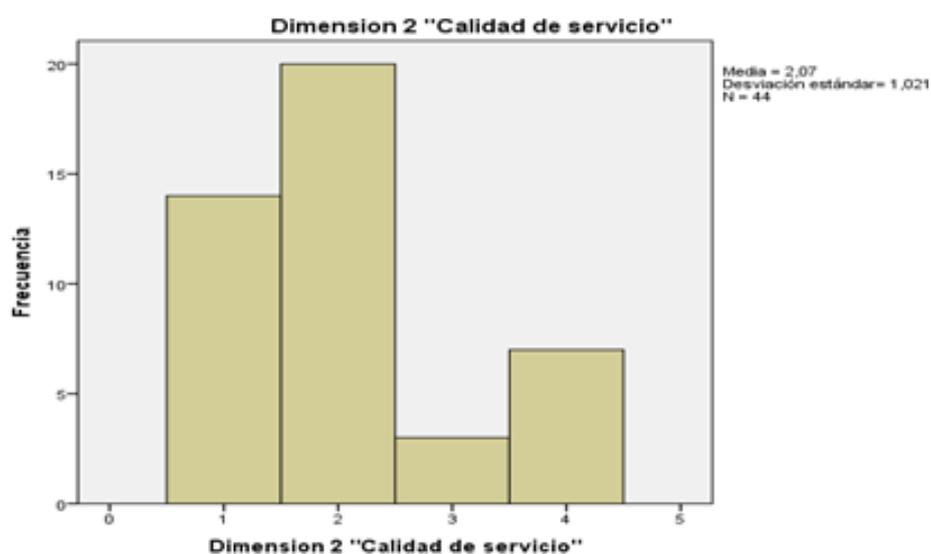


Interpretación:

Según el alcance de los resultados obtenidos, se observó que el 25.0% de las personas encuestadas, conformado por los clientes de la empresa Infinity Logistics Services, indicaron que están muy de acuerdo con respecto a la dimensión estudiada. Asimismo, se observa que el 50.0% manifestaron que están de acuerdo, mientras que el 9.1% respondieron que están en desacuerdo y un 15.9% respondieron que están muy en desacuerdo con relación de la dimensión de “Procesos”.

TABLA N°5
Dimensión 2 (Agrupada) “Calidad de servicio”

Dimensión 2 "Calidad de servicio"					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	14	31,8	31,8	31,8
	De acuerdo	20	45,5	45,5	77,3
	En desacuerdo	3	6,8	6,8	84,1
	Muy en desacuerdo	7	15,9	15,9	100,0
	Total	44	100,0	100,0	

**Interpretación:**

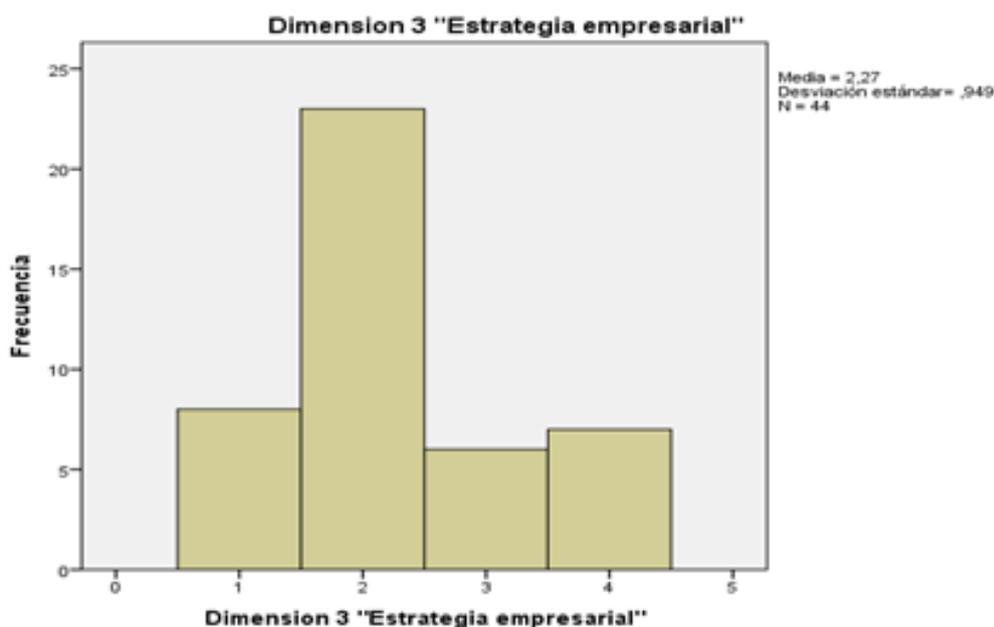
Según el alcance de los resultados obtenidos, se determinó que el 31.8% de las personas encuestadas, conformado por los colaboradores de la empresa Infinity Logistics Services, indicaron que están muy de acuerdo con respecto a la dimensión estudiada. Asimismo, se observa que el 45.5% manifestaron que están de acuerdo, mientras que el 6.8% respondieron que

están en desacuerdo y un 15.9% respondieron que están muy en desacuerdo con relación de la dimensión de “Calidad de servicio”.

TABLA N°6

Dimensión 3 (Agrupada) “Estrategia empresarial”

		Dimensión 3 "Estrategia empresarial"			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	8	18,2	18,2	18,2
	De acuerdo	23	52,3	52,3	70,5
	En desacuerdo	6	13,6	13,6	84,1
	Muy en desacuerdo	7	15,9	15,9	100,0
	Total	44	100,0	100,0	



Interpretación:

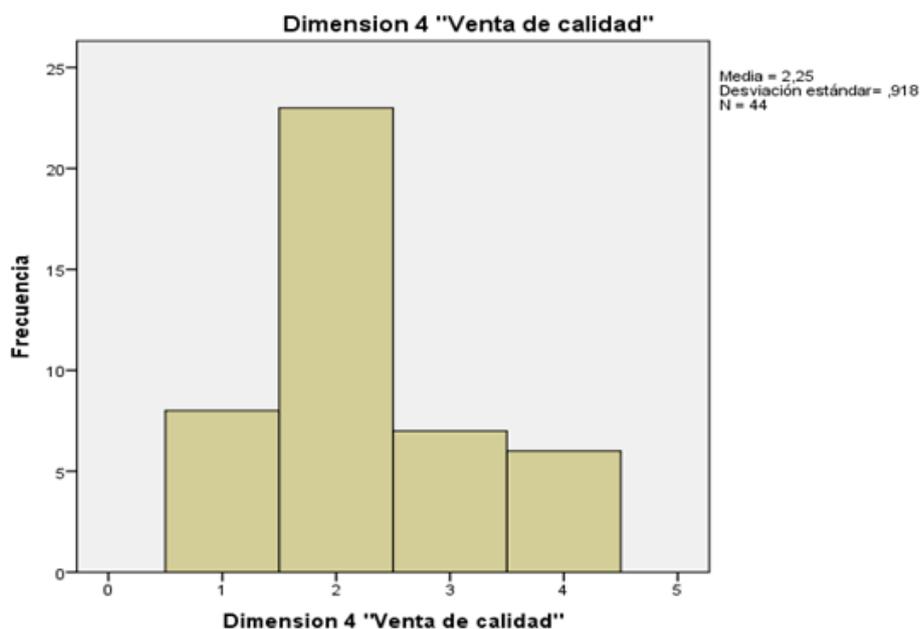
Según el alcance de los resultados obtenidos, se observó que el 18.2% de las personas encuestadas, conformado por los colaboradores de la empresa Infinity Logistics Services, indicaron que están muy de acuerdo con respecto a la dimensión estudiada. Asimismo, se observa que el 52.3% manifestaron que están de acuerdo, mientras que el 13.6% respondieron que están en desacuerdo y un 15.9% respondieron que están muy en desacuerdo con relación de la dimensión de “Estrategia empresarial”.

Interpretación de la variable I: “Logística empresarial”

Los resultados de la estadística descriptiva de la variable independiente “Gestión Logística”, han proporcionado un grado alto de aceptación con respecto a las dimensiones propuestas en la investigación.

TABLA N°7
VARIABLE II “VENTAJA COMPETITIVA”
Dimensión 4 (Agrupada) “Venta de calidad”

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	8	18,2	18,2	18,2
	De acuerdo	23	52,3	52,3	70,5
	En desacuerdo	7	15,9	15,9	86,4
	Muy en desacuerdo	6	13,6	13,6	100,0
	Total	44	100,0	100,0	



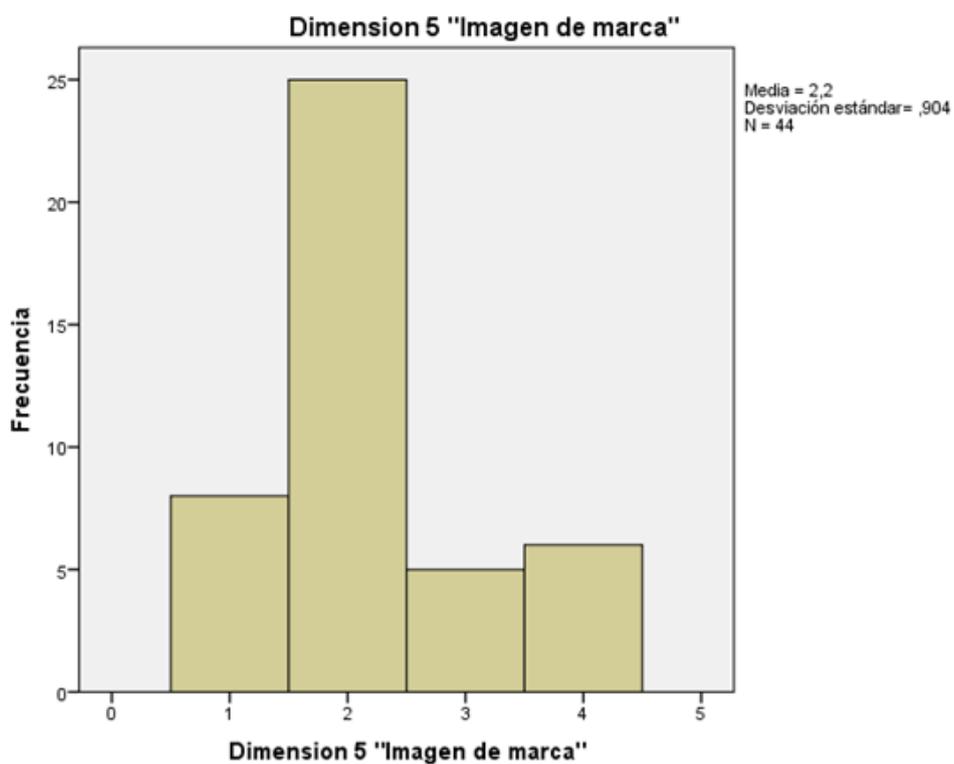
Interpretación:

Según el alcance de los resultados obtenidos, se observó que el 18.2% de las personas encuestadas, conformado por los colaboradores de la empresa Infinity Logistics Services, indicaron que están muy de acuerdo con respecto a la dimensión estudiada. Asimismo, se observa que el 52.3%

manifestaron que están de acuerdo, mientras que el 15.9% respondieron que están en desacuerdo y un 13.6% respondieron que están muy en desacuerdo con relación de la dimensión de “Venta de calidad”.

TABLA N°8
Dimensión 5 (Agrupada) “Imagen de marca”
Dimensión 5 "Imagen de marca"

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy de acuerdo	8	18,2	18,2	18,2
	De acuerdo	25	56,8	56,8	75,0
	En desacuerdo	5	11,4	11,4	86,4
	Muy en desacuerdo	6	13,6	13,6	100,0
	Total	44	100,0	100,0	



Interpretación:

Según el alcance de los resultados obtenidos, se observó que el 18.2% de las personas encuestadas, conformado por los colaboradores de la empresa Infinity Logistics Services, indicaron que estar muy de acuerdo con respecto a la dimensión estudiada. Asimismo, se observa que el 56.8% manifestaron que están de acuerdo, mientras que el 11.4% respondieron que están en desacuerdo y un 13.6% respondieron que están muy en desacuerdo con relación de la dimensión de “Imagen de marca”.

Interpretación de la variable II: “Ventaja competitiva”

Los resultados de la estadística descriptiva de la variable independiente “Ventaja competitiva”, proporcionaron un grado alto de aceptación con respecto a las dimensiones propuestas en la investigación.

3.1.2 Análisis Inferencial

Prueba de hipótesis

Hernández et al. (2014, p. 305).

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

Prueba de normalidad

H1: La distribución de la muestra no es normal

Hi: La distribución de la muestra es normal

Considerando:

Sig. < 0.05 se rechaza la hipótesis nula

Sig. > 0.05 se acepta la hipótesis nula

TABLA N°9

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión Logística	,280	44	,000	,752	44	,000
Ventaja Competitiva	,272	44	,000	,767	44	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación:

En el gráfico se observó que la muestra corresponde a un total de 44 colaboradores de la empresa INFINITY LOGISTICS SERVICES, la cual es inferior a 50, por ende, se trabajó con el estadístico de Shapiro – Wilk, el cual proporcionó un nivel de significancia de $0.000 < 0.05$. Se concluyó, rechazar la hipótesis nula y aceptó la hipótesis de investigación, la cual reflejó que la distribución de la muestra no es normal y el tipo de investigación es no paramétrica.

Prueba no paramétrica

Se utiliza la prueba no paramétrica porque no cumple con ciertas condiciones:

- ✓ Variables cuantitativas
- ✓ Muestra normal
- ✓ Varianzas iguales

H0: La investigación es paramétrica

Hi: La investigación es paramétrica

Considerando:

Sig. < 0.05 se rechaza la hipótesis nula

Sig. > 0.05 se acepta la hipótesis nula

Prueba de Kolmogrov-Smirnov para una muestra

TABLA N°10

		Gestión Logística	Ventaja Competitiva
N		44	44
Parámetros normales ^{a,b}	Media	1,69	1,73
	Desviación estándar	,906	,923
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,280	,272
	Positivo	,280	,272
	Negativo	-,224	-,213
Estadístico de prueba		,280	,272
Sig. asintótica (bilateral)		,000 ^c	,000 ^c

a. La distribución de prueba es normal.

b. Se calcula a partir de datos.

c. Corrección de significación de Lilliefors.

Interpretación:

Se observó que el nivel de significancia es de $0.000 < 0.05$. Por tal motivo, se aceptó la hipótesis de investigación y se rechazó la hipótesis nula. Concluyendo que el trabajo de investigación es No paramétrica y se procede a utilizar el estadístico de correlación de Spearman.

Hernández et al. (2014) señalan que el estadístico de Spearman tiene como finalidad la medición del grado de correlación entre las variables en una escala ordinal (p. 322).

Hipótesis general

Hi; La gestión logística se relaciona con ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C – San Miguel, 2018.

H0: La gestión logística no se relaciona con ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C – San Miguel, 2018.

TABLA N°11

			Gestión Logística	Ventaja Competitiva
Rho de Spearman	Gestión Logística	Coefficiente de correlación	1,000	,828**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	44	44
	Ventaja Competitiva	Coefficiente de correlación	,828**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	44	44

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

Interpretación:

Se que el estadístico de correlación de spearman proporciono un resultado de 0.828 entre la variables I “Gestión Logística” y la variables II “

Ventaja competitiva” el cual es considerado como una correlación positiva muy fuerte según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 305). Así mismo, se observa que el nivel de significancia es $0.000 < 0.05$, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis DE INVESTIGACIÓN, considerando que si existe relación entre la gestión logística y la ventaja competitiva – Lima, 2018.

Hipótesis específica 1

Hi; La Gestión Logística se relaciona con la venta de calidad de la empresa Infinity Logistics Services – San Miguel, 2018.

H0: La gestión logística no se relaciona con venta de calidad de la empresa Infinity Logistics Services – San Miguel, 2018.

TABLA N°12

Correlaciones

			<u>Gestión Logística</u>	<u>Venta de Calidad</u>
Rho de Spearman	<u>Gestión Logística</u>	<u>Coefficiente de correlación</u>	1,000	,835**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	44	44
	<u>Venta de Calidad</u>	<u>Coefficiente de correlación</u>	,835**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	44	44

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

Interpretación:

Se observa que el estadístico de correlación de spearman proporciono un resultado de 0.835 entre la “Gestión Logística” y la “Venta de calidad” el cual es considerado como una correlación positiva considerable según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 305). Así mismo, se observa que el nivel de significancia es $0.000 < 0.05$, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, considerando que si existe relación entre la gestión logística y la venta de calidad de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, 2018.

Hipótesis específica 2

La gestión logística se relaciona con la imagen de marca de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel, 2018.

H0: La gestión logística no se relaciona con la imagen de marca de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel, 2018.

Hi: Sí existe relación significativa entre la gestión logística y la imagen de marca de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel, 2018.

Correlación

TABLA N°13

		<u>Gestión Logística</u>	<u>Imagen de Calidad</u>
Rho de Spearman	<u>Gestión Logística</u>	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,830**
		N	,000
	<u>Imagen de Calidad</u>	Coeficiente de correlación	,830**
		Sig. (bilateral)	1,000
		N	,000
		N	44
		N	44

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

Interpretación:

Se observa que el estadístico de correlación de spearman proporciono un resultado de 0.830 entre la “Gestión Logística” y la “Imagen de marca” el cual es considerado como una correlación positiva considerable según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 305). Así mismo, se observa que el nivel de significancia es $0.000 < 0.05$, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna, considerando que si existe relación entre la gestión logística y la imagen de marca en la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel, 2018.

IV. DISCUSIÓN

Respecto a los resultados extraídos con la investigación, se señaló lo siguiente:

4.1 Discusión -hipótesis general

Se propuso como objetivo general "Determinar la relación de la gestión logística con la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel - 2018". Se hizo uso de la estadística de Spearman, del cual se obtuvo un resultado de 0.901 entre las variables 1 "Gestión Logística" y la variables 11 "Ventaja Competitiva" el cual es considerado como una correlación positiva muy fuerte según Hernandez, Fernández y Baptista (2014, p. 305). Así mismo, se observa que el nivel de significancia es $0.000 < 0.05$, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis de investigación, considerando que si existe relación entre las variables propuestas.

De acuerdo a la investigación realizada por Mulatillo (2014). En su tesis titulada "Gestión logística y control de inventarios en el almacén corporativo Centria SA- Lima". Según el coeficiente de Spearman, se obtiene un resultado de 0,850 y el nivel de significancia de 0,000. Por lo tanto, se observa que existe concordancia entre ambas investigaciones, de acuerdo a los resultados estadísticos antes mencionados. Adicionalmente el autor concluye que una adecuada gestión logística permite la realización de mejoras en los flujos logísticos de la empresa siendo de gran oportunidad para optimizar el nivel de servicio brindado a sus clientes y al mismo tiempo le permitió la reducción de sus costos operativos.

De igual, según Escudero (2012) define la gestión logística para una empresa de servicios como la red de elementos y procesos internos, de manera tal que al ser ejecutados dentro de la empresa pueda lograr una satisfacción interna laboral con sus trabajadores aumentando la calidad de servicio de la empresa. (p.112).

Por tanto, en la presente investigación se demostró con veracidad considerando los resultados estadísticos, tales como el coeficiente de

Spearman, y la teoría de los autores, que la gestión logística se relaciona con la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C.

4.2. Discusión hipótesis específica 1

Se propuso como objetivo general "La Gestión Logística se relaciona con la venta de calidad de la empresa Infinity Logistics Services". Se hizo uso de la estadística de Spearman, del cual se obtuvo un resultado de 0.835 entre la variable I "Gestión Logística" y la dimensión "Venta de calidad" el cual es considerado como una correlación positiva considerable según Hernández et al (2014). Así mismo, se observa que el nivel de significancia es $0.000 < 0.05$, rechazando la hipótesis nula y aceptando la hipótesis de investigación, considerando que si existe relación entre la variable y dimensión propuesta.

De acuerdo con el trabajo de investigación de An:Íll n J., (2005) en su investigación Estrategias y ventajas competitivas para el desarrollo de las PYMES agroindustriales del Perú". Según el coeficiente de Spearman se obtiene un resultados de 0.825 y el ni,el de significancia de 0,000. Por lo tanto, se observa que existe concordancia entre ai-nbas Ín\"estigaciones. de acuerdo a los resultados estadísticos antes mencionados. Además, el autor concluye que la empresa del Perú S.A. debe diversificarse por que el entorno específico donde desai-rolla sus actividades existen riesgos que pueden vulnerar el proceso de crecimiento.

De igual manera, Vécovi (2010) define la venta de calidad como las acciones que se realizan durante el proceso de venta para aumentar la rentabilidad y reducir costos de la empresa (p.103)

4.3. Discusión hipótesis específica 2

Se propuso como objetivo general "La gestión logística se relaciona con la imagen de marca de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C". Se hizo uso de la estadística de Spearman, del cual se obtuvo un resultado de 0.830 entre la entre la variable I "Gestión Logística" y la dimensión "Imagen de marca" el cual es considerado como una correlación positiva considerable según Hernández, Fernández y Baptista (2014, p. 305). Así mismo, se observa que el nivel de significancia es $0.000 < 0.05$, rechazando la hipótesis nula y aceptando

la hipótesis investigación, considerando que si existe relación entre la variable y dimensión propuesta.

Se diagnosticó que la empresa tenía problemas en sus diversas líneas de trabajo, potencialmente en la producción y distribución de sus productos, de manera que parte de su día a día cotidiano era recurrir a horas extras para cubrir pedidos y al reproceso. Se plantearon las siguientes soluciones: 1) La mejora de los procesos logísticos para optimizar el nivel de servicio dado a sus clientes y al mismo tiempo reducir sus costos operativos; 2) La importancia de evaluar previamente la capacidad instalada de producción y distribución de la empresa. De acuerdo con el trabajo de investigación de Arrieta, (2012) "Propuesta de mejora en un operador logístico: análisis, evaluación y mejora de los flujos logísticos de su centro de distribución". Según el coeficiente de Spearman se obtuvo un resultado de 0.804 y un nivel de significancia de 0,000. Por lo tanto, se observa que existe concordancia entre ambas investigaciones, de acuerdo a los resultados estadísticos antes mencionados. Además, el autor concluye que optimizar el traslado, utilizar menos tiempo y recursos operativos, optimiza la gestión logística por consecuencia incrementa el desempeño usando así la filosofía justo a tiempo como ventaja competitiva.

Asimismo, según Richard (2015) la imagen de marca es el empleo de muchas herramientas promocionales, incluyéndose publicidad en una forma coordinada para desarrollar y después mantener la conciencia, la identidad y la preferencia de la marca (p.7).

V. CONCLUSIÓN

De acuerdo a los objetivos planteados en la investigación, la comprobación de hipótesis y resultados obtenidos, se llegó a las siguientes conclusiones:

Primera: Se demostró que la gestión logística se relaciona con la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C., dados los resultados obtenidos en la investigación. Concluyéndose así, que si Infinity Logistics Services S.A.C. fortalece su gestión logística las ventajas competitivas de la empresa incrementaran.

Segunda: Se demostró que la gestión logística se relaciona con la venta de calidad de ta empresa Infinity Logistics Services S.A.C., dados los resultados obtenidos en la investigación. Concluyéndose así, que si Infinity Logistics Services S.A.C., fortalece su gestión logística, incrementarán las ventas de calidad de la empresa.

Tercera: Se demostró que ta gestión logística se relaciona con imagen de marca de ta empresa Infinity Logistics Services S.A.C., dados los resultados obtenidos en la investigación. Concluyéndose así, que si Infinity Logistics Services S.A.C fortalece su gestión logística, la imagen de marca se verá beneficiada.

VI. RECOMENDACIÓN

Luego del respectivo análisis de los resultados obtenidos en la investigación, se propone las siguientes recomendaciones para la empresa Infinity Logistics Services S.A.C:

Primera: Al comprobar la relación entre la gestión logística y la ventaja competitiva de la empresa, se recomienda elaborar e implementar un sistema interno, que permita el control de la información de las cargas pendientes de llegada o de salida. Así como el seguimiento de los requerimientos constantes de cada uno de los clientes.

Segunda: es recomendable que Infinity Logistics Services S.A.C elabore estrategias para potenciar su gestión logística, de esta forma las ventas de calidad de la empresa obtendrán un incremento dentro del mercado nacional.

Tercera: es recomendable que la empresa Infinity Logistics Services S.A.C elabore estrategias de venta o innove la cartera de productos y servicios adecuados a las necesidades de sus clientes, de esta forma la imagen de marca será potenciada de manera positiva.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade C. (2015). "*Gestión logística en las operaciones del transporte internacional para el desarrollo del comercio en el puerto del Callao- 2015*". (Tesis de Licenciatura) Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Perú.
- Arrincon J. (2005). "*Estrategias y ventajas competitivas para el desarrollo de las PYMES agroindustriales del Perú*". (Tesis para Magister en Administración). Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Perú.
- Bohórquez C., Puello R. (2009). "*Diseño de un modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia organizacional de la empresa Coralinas & Pisos S.A Corpisos*". Administrador de empresas. Universidad de Cartagena. Colombia.
- Bullón L., (2010) "*Ventajas competitivas de las capacidades operacionales y dinámicas de la tecnología de la información caso de Lima, Perú*". Doctor Administración estratégica Pontificia Universidad Católica del Perú.
- Calderón G., Cornetero A. (2013). "*Evaluación de la gestión logística y su influencia en la determinación de costo de venta de la empresa de distribuciones Naylamp S.R.L ubicada en Chiclayo – 2013*". Título de contador público. Universidad Nacional de Chiclayo. Perú.
- Flores C. (2010) "*La gestión logística y su influencia en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana*". Contador público. Universidad de San Martín de Porres.
- Flores M. (2010) "*Estrategia para aumentar la ventaja competitiva, caso: empresa eléctrica multinacional*". (Tesis de maestría). Instituto Politécnico Nacional. México.

- Gomez, G., (2006). *“Propuesta de un modelo de gestión logística de abastecimiento internacional en las empresas grandes e importadoras de materia prima.* (Tesis de Magister). Universidad Nacional de Colombia. Colombia
- Gonzales S. (2010) *“Ventaja competitiva sustentabilidad de la estrategia de negocio. Estudio de caso Kris Kemmer”.* (Tesis de Maestría). Universidad Iberoamericana de México. México.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación.* (6ta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Kou K. (2016) *“Análisis bajo la metodología SCOR del sistema logístico de una empresa comercializadora cuyo core principal es distribuir al Estado”.* (Tesis de Licenciatura). Universidad Católica de Chile. Chile.
- Torres D. (2007) *“Ventajas competitivas en empresas multinacionales de origen chileno”.* (Tesis de pregrado). Universidad de Chile. Chile.

VIII ANEXOS

ANEXO N°01: Matriz de consistencia

TITULO	PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN	HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	VARIABLE	DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	POBLACIÓN Y MUESTRA
Gestión Logística y la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel – 2018	PROBLEMA GENERAL ¿Cómo se relaciona la gestión logística con la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C. San Miguel - 2018?	OBJETIVO GENERAL Determinar la relación de la gestión logística y la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel - 2018	HIPÓTESIS GENERAL La logística empresarial se relaciona con la ventaja competitiva de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel – 2018	VARIABLE I GESTIÓN LOGÍSTICA Sistematización Percepción Fortalezas de la empresa Desempeño interno laboral	El diseño de la investigación es no experimental - transversal con nivel descriptiva - correlacional	POBLACIÓN La población estuvo constituida por 55 colaboradores de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel - 2018 MUESTRA Total de muestra para el estudio estuvo conformado por 44 colaboradores de la empresa Infinity Logistics Services del distrito de San Miguel.
	PROBLEMA ESPECÍFICOS ¿Cómo se relaciona la gestión logística con la venta de calidad de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C. San Miguel - 2018?	OBJETIVO ESPECÍFICOS Determinar la relación entre la gestión logística con la venta de calidad de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel - 2018.	HIPÓTESIS ESPECIFICOS La logística empresarial se relaciona con la venta de calidad de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel - 2018	VARIABLE II VENTAJA COMPETITIVA Información de clientes Venta Experiencia de consumo Posicionamiento de marca		
	¿Cómo se relaciona la gestión logística con la imagen de marca de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C. San Miguel - 2018?	Determinar la relación entre la gestión logística con la imagen de marca de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel - 2018.	La logística empresarial se relaciona con la imagen de marca de la empresa Infinity Logistics Services S.A.C, San Miguel - 2018.			

ANEXO N°02: Instrumento de recolección

A continuación se presenta una serie de ítems, como parte de una investigación a realizar con fines académicos. Dicha información es completamente anónima, por lo que le solicito responda todas las preguntas con sinceridad y de acuerdo con sus propias experiencias. Agradezco anticipadamente su colaboración

INSTRUCCIONES

Marque con una X la respuesta que crea usted sea la correcta.

1=Muy de acuerdo	2=De acuerdo	3= Ni de acuerdo, ni desacuerdo
4= Desacuerdo	5= Muy desacuerdo	

ÍTEM		MUY DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO, NI DESACUERDO	EN DESACUERDO	MUY DESACUERDO
1	¿Considera que la empresa tiene la tecnología y conocimiento suficiente para competir con empresas grandes?					
2	¿Considera usted que el sistema interno es importante para el proceso de registro de ventas?					
3	¿Considera usted que la empresa se encuentra en una situación financiera óptima?					
5	¿La estrategia interna establecida, le ayudaran a aumentar sus ventas?					
5	¿Considera usted que la empresa brinda una atención al cliente adecuado?					
6	Desde su perspectiva, ¿La calidad de servicio de la empresa es adecuada?					
7	¿Considera usted que el proceso post venta de la empresa es una fortaleza?					
8	¿Considera usted que tiene una relación comercial sana con su cliente?					
9	¿Considera usted que la empresa reconoce y recompensa a sus colaboradores?					
10	¿Considera usted que su participación dentro de la empresa contribuye al desarrollo de la misma?					
11	¿Tiene acceso a superficies virtuales que brinde información importante sobre sus potenciales					
12	¿Suele utilizar los sistemas de informacion tanto virtuales como fisicos que brinda la empresa?					
13	¿Cree usted que espera demasiado tiempo para obtener una respuesta de su proveedor?					
14	¿Conoce usted el los beneficios brindados a los clientes frecuentes?					
15	¿Considera usted que la atención durante el proceso de importación ha sido oportuna y correcta?					
16	Considera competitivas las tarifas que se le brindaron durante el proceso de cotización?					
17	¿Considera usted que brinda una atención personalizada a sus clientes?					
18	¿Considera competitivo el nuevo servicio Courier que brinda la empresa?					
19	¿Está de acuerdo con la interacción directa con los clientes en las redes sociales?					
20	¿Las charlas y capacitaciones que brinda la empresa son importantes para el posicionamiento de la marca?					

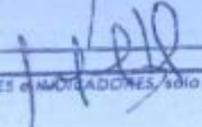
ANEXO N°3: VALIDEZ DE INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN

MATRIZ DE VALIDACION DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DA•A4•A1:H17•A4•A1•A1:H19

Título de la investigación: LOGÍSTICA EMPRESARIAL Y LA VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA INFINITY LOGISTICS SERVICES							
Apellidos y nombres del investigador: Jimenez Vargas, Tatiana							
Apellidos y nombres del experto: Barraba, Israel							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	CONSERVACIÓN / MODIFICACIONES
VARIABLE INDEPENDIENTE: LOGÍSTICA EMPRESARIAL	Procedos	sistematización	¿Considera que la empresa tiene la tecnología y conocimiento suficiente para competir con empresas grandes?	Según Hernández, Fernández & Baptista (2015). Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquía. (pág. 215). Razón Tiene intervalos iguales entre las categorías, es coreo es real y absoluto, no es arbitrario. (pág. 216).	✓		
			¿Considera usted que el sistema interno es importante para el proceso de registro de ventas?		✓		
	Rentabilidad	¿Considera usted que la empresa se encuentra en una situación financiera óptima?	✓				
		¿La estrategia interna establecida, le ayudaran a aumentar sus ventas?	✓				
	Calidad de servicio	Percepción	¿Considera usted que la atención en la empresa brinda una atención al cliente adecuada?		✓		
			Desde su perspectiva, ¿la calidad de servicio de la empresa es adecuada?		✓		
	Estrategia empresarial	Fortalezas de la empresa	¿Considera usted que el proceso post venta de la empresa es una fortaleza?		✓		
			¿Considera usted que tiene una relación comercial sana con su cliente?		✓		
		Desempeño interno laboral	¿Considera usted que la empresa reconoce y recompensa a sus colaboradores?		✓		
			¿Considera usted que su participación dentro de la empresa contribuye al desarrollo de la misma?		✓		
Fecha 21 / 11 / 2017							
del experto <i>[Firma]</i>							
Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.							

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: LOGÍSTICA EMPRESARIAL Y LA VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA INFRETT LOGISTICS SERVICE							
Apellidos y nombres del investigador: Jiménez Vargas, Tatiana							
Apellidos y nombres del experto: BARRUTIA, ISRAEL							
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEM / PREGUNTA	ESCALA	OPCIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUSTENTACIONES
VARIABLE DEPENDIENTE: VENTAJA COMPETITIVA	Venta de calidad	Información de clientes	Tiene acceso a superficies virtuales que brinde información importante sobre sus potenciales clientes?	Según Hernández, Fernández & Baptista (2014). Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquía. (pág. 215). Razón Tiene intervalos iguales entre las categorías, es cero es real y absoluto, no es arbitrario. (pág. 216).	<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Suvea utilizar los sistemas de información tanto virtuales como físicos que brinda la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Venta	¿Crea usted que espera demasiado tiempo para obtener una respuesta de su proveedor?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Conoce usted las beneficios que la empresa brinda por ser cliente constante?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Imagen de marca	Experiencias de consumo	¿Considera usted que la atención durante el proceso de importación ha sido oportuna y correcta?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Considera competitivas las tarifas que se le brindaron durante el proceso de cotización?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Considera usted que brinda una atención personalizada a sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Posicionamiento de marca	¿Considera competitivo el nuevo servicio Courier que brinda la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Esta de acuerdo con la interacción directa con los clientes en las redes sociales?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Las charlas y capacitaciones que brinda la empresa son importantes para el posicionamiento de la marca?		<input checked="" type="checkbox"/>		

Firma del experto:  Fecha 30 / 10 / 2017

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DA+A4+A1:H17+A4+A1-A1:H19							
Título de la investigación: LOGISTICA EMPRESARIAL Y LA VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA INFINITY LOGISTICS SERVICES							
Apellidos y nombres del investigador: Jimenez Vargas, Yaliona							
Apellidos y nombres del experto: Leon Espinoza, Lessner							
ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO		
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	CONSERACIONES / SUGERENCIAS
VARIABLE INDEPENDIENTE: LOGISTICA EMPRESARIAL	Procesos	Sistematización	¿Considera que la empresa tiene la tecnología y conocimiento suficiente para competir con empresas grandes?	Según Hernández, Fernández & Baptista (2014). Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquía. (pág. 215). Razón Tiene intervalos iguales entre las categorías, es coreo es real y absoluto, no es arbitrario. (pág. 216).	<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Considera usted que el sistema interno es importante para el proceso de registro de ventas?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Rentabilidad	¿Considera usted que la empresa se encuentra en una situación financiera óptima?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿La estrategia interna establecida, le ayudaran a aumentar sus ventas?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Calidad de servicio	Percepción	¿Considera usted que la atención en la empresa brinda una atención al cliente adecuado?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Desde su perspectiva, ¿La calidad de servicio de la empresa es adecuada?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Estrategia empresarial	Fortalezas de la empresa	¿Considera usted que el proceso post venta de la empresa es una fortaleza?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Considera usted que tiene una relación comercial sana con su cliente?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Desempeño interno laboral	¿Considera usted que la empresa reconoce y recompensa a sus colaboradores?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Considera usted que su participación dentro de la empresa contribuye al desarrollo de la misma?		<input checked="" type="checkbox"/>		
Firma del experto 			Fecha 21 / 11 / 2017				

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: LOGÍSTICA EMPRESARIAL Y LA VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA INFINITY LOGISTICS SERVICES

Apellidos y nombres del investigador: Amner Vargas Taton

Apellidos y nombres del experto: ESPINOZA LEÓN, LEBNER

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		OPINIÓN DEL EXPERTO		
			ÍTEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
VARIABLE DEPENDIENTE: VENTAJA COMPETITIVA	Venta de calidad	Información de clientes	¿Tiene acceso a superficies virtuales que brinde información importante sobre sus potenciales clientes?	Según Hernández, Fernández & Baptista (2014). Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquía. (pág. 215). Razón Tiene intervalos iguales entre las categorías, es cero es real y absoluto, no es arbitrario. (pág. 216).	<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Suele utilizar los sistemas de información tanto virtuales como físicos que brinda la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Venta	¿Cree usted que espera demasiado tiempo para obtener una respuesta de su proveedor?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Conoce usted los beneficios que la empresa brinda por ser cliente constante?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Imagen de marca	Experiencias de consumo	¿Considera usted que la atención durante el proceso de importación ha sido oportuna y correcta?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Considera competitivas las tarifas que se le brindaron durante el proceso de cotización?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Posicionamiento de marca	¿Considera usted que brinda una atención personalizada a sus clientes?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Considera competitivo el nuevo servicio Courier que brinda la empresa?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Está de acuerdo con la interacción directa con los clientes en las redes sociales?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Las charlas y capacitaciones que brinda la empresa son importantes para el posicionamiento de la marca?		<input checked="" type="checkbox"/>		

Firma del experto

Fecha 30 / 10 / 2017

Nota: las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: LOGÍSTICA EMPRESARIAL Y LA VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA INFINITY LOGISTICS SERVICES

Apellidos y nombres del investigador: Jimenez Vargas, Tatiana

Apellidos y nombres del experto: López Landeiro, Rafael

ASPECTO POR EVALUAR							
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
VARIABLE INDEPENDIENTE: LOGÍSTICA EMPRESARIAL	Procesos	Sistematización	¿Considera que la empresa tiene la tecnología y conocimiento suficiente para competir con empresas grandes?	Según Hernández, Fernández & Baptista (2014). Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquía. (pág. 215). Razón Tiene intervalos iguales entre las categorías, es cero es real y absoluto, no es arbitrario. (pág. 216).	/		
			¿Considera usted que el sistema interno es importante para el proceso de registro de ventas?		/		
		Rentabilidad	¿Considera usted que la empresa se encuentra en una situación financiera óptima?		/		
			¿La estrategia interna establecida, le ayudaran a aumentar sus ventas?		/		
	Calidad de servicio	Percepción	¿Considera usted que la atención en la empresa brinda una atención al cliente adecuado?		/		
			Desde su perspectiva, ¿La calidad de servicio de la empresa es adecuada?		/		
	Estrategia empresarial	Fortalezas de la empresa	¿Considera usted que el proceso post venta de la empresa es una fortaleza?		/		
			¿Considera usted que tiene una relación comercial sana con su cliente?		/		
		Desempeño interno laboral	¿Considera usted que la empresa reconoce y recompensa a sus colaboradores?		/		
			¿Considera usted que su participación dentro de la empresa contribuye al desarrollo de la misma?		/		
Firma del experto			Fecha 21 / 11 /2017				

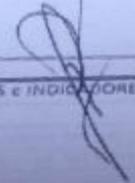
Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

28/E/17

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: LOGÍSTICA EMPRESARIAL Y LA VENTAJA COMPETITIVA EN LA EMPRESA INFINITY LOGISTICS SERVICES
 Apellidos y nombres del investigador: Jenerick Vargas, Tatiana
 Apellidos y nombres del experto: LOPEZ LANDAURO, RAFAEL

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ASPECTO POR EVALUAR		OPINIÓN DEL EXPERTO		
			ITEM / PREGUNTA	ESCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
VARIABLE DEPENDIENTE: VENTAJA COMPETITIVA	Venta de calidad	Información de clientes	Tiene acceso a superficies virtuales que brinde información importante sobre sus potenciales clientes?	Según Hernández, Ferrández & Baptista (2014) Ordinal Tiene un orden de menor a mayor jerarquía, (pág. 215). Basado Tiene intervalos iguales entre las categorías, su cero es real y absoluto, no es arbitrario. (pág. 216).	/		
			¿Suerte utilizar los sistemas de información tanto virtuales como físicos que brinda la empresa?		/		
		Venta	¿Cree usted que espera demasiado tiempo para obtener una respuesta de su proveedor?		/		
			¿Conoce usted los beneficios que la empresa brinda por ser cliente constante?		/		
	Imagen de marca	Experiencias de consumo	¿Considera usted que la atención durante el proceso de importación ha sido oportuna y correcta?		/		
			¿Considera competitivas las tarifas que se le brindaron durante el proceso de cotización?		/		
			¿Considera usted que brinda una atención personalizada a sus clientes?		/		
			¿Considera competitivo el nuevo servicio Courier que brinda la empresa?		/		
		Posicionamiento de marca	¿Está de acuerdo con la interacción directa con los clientes en las redes sociales?		/		
			¿Las charlas y capacitaciones que brinda la empresa son importantes para el posicionamiento de la marca?		/		
					/		
					/		

Firma del experto:  Fecha: 21 / 10 / 2017

Nota: Las DIMENSIONES e INDICACIONES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

20/11/17

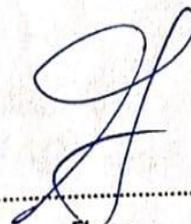
 UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS	Código : FO6-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1
--	--	---

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

“Gestión Logística y la Ventaja Competitiva en la empresa Infinity Logistics Services SAC – San Miguel, 2018”, de la estudiante Jiménez Vargas Tatiana Sophia 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.

Callao, 17 de Julio del 2018



Firma

Dr. Lessner Augusto León Espinoza
DNI: 07725199



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

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

Yo Tatiana Sophia Jiménez Vargas identificado con DNI N° 72669055, egresado de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, autorizo (X) , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Gestión Logística y la Ventaja Competitiva en la empresa Infinity Logistics Services SAC – San Miguel, 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

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

FIRMA

DNI: 72669055

FECHA: 05 de Marzo del 2019

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



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

"GESTIÓN LOGÍSTICA Y LA VENTAJA COMPETITIVA EN LA
EMPRESA INFINITY LOGISTICS SERVICES S.A.C. - SAN MIGUEL,
2018"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES

AUTORA:
JIMÉNEZ VARGAS, Tatiana Sophia

Asesor:
DR. LEÓN ESPINOZA, Lesmer Augusto

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
MERCADOS EMERGENTES

LIMA - PERÚ





UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

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

La Facultad de Ciencias Empresariales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Tatiana Sophia Jiménez Vargas

INFORME TÍTULADO:

**“Gestión Logística y la Ventaja Competitiva en la empresa
Infinity Logistics Services SAC – San Miguel, 2018”**

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 17/07/2018

NOTA O MENCIÓN: 15 Quince



Mg. Samanta Hilda Calle Ruiz

