



**UNIVERSIDAD NACIONAL**  
**JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA PROFESIONAL ADMINISTRACIÓN**

**TESIS**

**LA LOGÍSTICA Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS  
EMPRESAS COMERCIALES DEL DISTRITO DE BARRANCA.**

**PRESENTADO POR:**

**BACH. JOSELIN NICOL ALBERCA FERNANDEZ**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LIC. EN  
ADMINISTRACIÓN.**

**ASESOR:**

**DR. LUIS ALBERTO BALDEOS ARDIAN**

**HUACHO – 2019**

**MIEMBROS DEL JURADO EVALUADOR.**

.....

**Dra. FLOR VICTORIA PICHILINGUE NUÑEZ**  
**Presidenta**

.....

**Dr. SANTIAGO ERNESTO RAMOS Y YOVERA**  
**Secretario**

.....

**Dr. FELIX GIL CARO SOTO**  
**Vocal**

.....

**Dr. LUIS ALBERTO BALDEOS ARDIAN**  
**Asesor**

**DEDICATORIA.**

A mi madre, que me sigue fortaleciendo en  
la adversidad de la vida.

Con ella y por ella puedo todo.

**JOSELIN NICOL ALBERCA FERNANDEZ**

## **AGRADECIMIENTOS.**

A Vania y Marcia por motivarme, gracias por su apoyo y consejos.

A mi asesor Dr. Luis Baldeos y Dra. Flor Lioo por su tiempo y paciencia.

Al Sr. Escalante por apoyarme con el material bibliográfico y darme su confianza, le estaré eternamente agradecida.

**JOSELIN NICOL ALBERCA FERNANDEZ**

# ÍNDICE

<b>DEDICATORIA.....</b>	<b>iii</b>
<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>iv</b>
<b>RESUMEN.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xiv</b>
<b>INTRODUCCIÓN. ....</b>	<b>xv</b>
<b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....</b>	<b>16</b>
<b>1.1 Descripción de la realidad problemática. ....</b>	<b>16</b>
<b>1.2 Formulación del problema .....</b>	<b>18</b>
<b>1.2.1 Problema general. ....</b>	<b>18</b>
<b>1.2.2 Problemas específicos .....</b>	<b>18</b>
<b>1.3 Objetivos de la investigación.....</b>	<b>18</b>
<b>1.3.1 Objetivo general.....</b>	<b>18</b>
<b>1.3.2 Objetivos específicos .....</b>	<b>18</b>
<b>1.4 Justificación de la investigación.....</b>	<b>19</b>
<b>1.5 Delimitación del estudio. ....</b>	<b>20</b>
<b>1.6 Viabilidad del estudio. ....</b>	<b>20</b>
<b>CAPÍTULO II: MARCO TEORICO.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1 Antecedentes.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.1 Nacionales .....</b>	<b>21</b>

2.1.2 Internacionales .....	25
2.2 Bases teóricas.....	30
2.2.1 Base Legal.....	30
2.2.2 Logística.....	31
2.2.3 Competitividad.....	43
2.3 Definiciones conceptuales.....	50
2.4 Formulación de la hipótesis.....	52
2.4.1 Hipótesis General.....	52
2.4.2 Hipótesis Específicas.....	52
<b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....</b>	<b>53</b>
3.1 Diseño metodológico. ....	53
3.1.1 Tipo de investigación. ....	53
3.1.2 Nivel de investigación. ....	54
3.1.3 Diseño. ....	54
3.1.4 Enfoque .....	54
3.2 Población y muestra.....	54
3.3 Operacionalización de variables.....	55
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	57
3.4.1 Técnicas a emplear.....	57
3.4.2 Descripción de instrumentos.....	57

3.5 Técnicas para el procesamiento de datos.....	57
<b>CAPITULO IV: RESULTADOS.....</b>	<b>60</b>
4.1 Análisis de resultados. ....	60
4.1.1 Resultados de información socio-demográfica.....	60
4.1.2 Resultados de información de la variable gestión logística.....	62
4.1.3 Resultados de información de la variable competitividad. ....	82
4.2. Contratación de la hipótesis. ....	102
4.2.1 Planteamiento y Prueba de Hipótesis.....	102
<b>CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. ....</b>	<b>106</b>
5.1 Discusión. ....	106
5.2 Conclusiones. ....	108
5.3 Recomendaciones. ....	110
<b>CAPÍTULO VI: FUENTES DE INFORMACIÓN.....</b>	<b>110</b>
6.1 Fuentes bibliográficas.....	111
6.2 Fuentes hemerográficas.....	113
6.3 Fuentes electrónicas.....	114
<b>ANEXOS.....</b>	<b>115</b>
<b>Matriz de consistencia</b> .....	<b>115</b>
<b>Cuestionario</b> .....	<b>117</b>
<b>Base de datos.</b> .....	<b>121</b>

## ÍNDICE DE TABLAS.

<b>Tabla 1: Evolución de la mipyme formal, 2007-16 .....</b>	<b>16</b>
<b>Tabla 2: Peculiaridades e inconvenientes de empresas familiares. ....</b>	<b>31</b>
<b>Tabla 3: Nivel y componentes de la competitividad .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabla 4: Resultados de género. ....</b>	<b>60</b>
<b>Tabla 5: Resultados sobre grado de instrucción. ....</b>	<b>61</b>
<b>Tabla 6: Resultados sobre fuentes de aprovisionamiento. ....</b>	<b>62</b>
<b>Tabla 7: Resultados sobre negociación con proveedor.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabla 8: Resultados sobre plazo de entrega. ....</b>	<b>64</b>
<b>Tabla 9: Resultados sobre garantía del producto. ....</b>	<b>65</b>
<b>Tabla 10: Resultados sobre experiencia del proveedor. ....</b>	<b>66</b>
<b>Tabla 11: Resultados sobre productos dañados de proveedores.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabla 12: Resultados sobre control tiempo de entrega. ....</b>	<b>68</b>
<b>Tabla 13: Resultados de sobrestock. ....</b>	<b>69</b>
<b>Tabla 14: Resultado sobre cronograma de pedidos.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabla 15: Resultados sobre información logística. ....</b>	<b>71</b>
<b>Tabla 16: Resultados sobre inventario.....</b>	<b>72</b>
<b>Tabla 17: Resultados sobre índice de rotación de inventario. ....</b>	<b>73</b>
<b>Tabla 18: Resultados sobre revisión de entradas y salidas. ....</b>	<b>74</b>
<b>Tabla 19: Resultados sobre stock de seguridad. ....</b>	<b>75</b>
<b>Tabla 20: Resultados sobre recuentos.....</b>	<b>76</b>
<b>Tabla 21: Resultados sobre coste logístico.....</b>	<b>77</b>
<b>Tabla 22: Resultados sobre costo de orden de compra. ....</b>	<b>78</b>



<b>Tabla 23: Resultados sobre coste de adquisición.</b> .....	<b>79</b>
<b>Tabla 24: Resultados sobre costo de almacenamiento.</b> .....	<b>80</b>
<b>Tabla 25: Resultados sobre productos deteriorados.</b> .....	<b>81</b>
<b>Tabla 26: Resultados sobre nueva tecnología.</b> .....	<b>82</b>
<b>Tabla 27: Resultados sobre capacitación.</b> .....	<b>83</b>
<b>Tabla 28: Resultados sobre control de capacitación.</b> .....	<b>84</b>
<b>Tabla 29: Resultados de mejora continua.</b> .....	<b>85</b>
<b>Tabla 30: Resultados de aplicación de mejoras.</b> .....	<b>86</b>
<b>Tabla 31: Resultados sobre innovación.</b> .....	<b>87</b>
<b>Tabla 32: Resultados de necesidad de capital</b> .....	<b>88</b>
<b>Tabla 33: Resultados sobre competidores.</b> .....	<b>89</b>
<b>Tabla 34: Resultados de canales de distribución.</b> .....	<b>90</b>
<b>Tabla 35: Resultados sobre poder de proveedores.</b> .....	<b>91</b>
<b>Tabla 36: Resultados sobre poder de compradores.</b> .....	<b>92</b>
<b>Tabla 37: Resultados sobre políticas gubernamentales.</b> .....	<b>93</b>
<b>Tabla 38: Resultados sobre altos costos de almacenamiento.</b> .....	<b>94</b>
<b>Tabla 39: Resultados sobre cartera de clientes.</b> .....	<b>95</b>
<b>Tabla 40: Resultados sobre utilidad.</b> .....	<b>96</b>
<b>Tabla 41: Resultados sobre ventas.</b> .....	<b>97</b>
<b>Tabla 42: Resultados sobre diferenciación</b> .....	<b>98</b>
<b>Tabla 43: Resultados sobre nuevos mercados.</b> .....	<b>99</b>
<b>Tabla 44: Resultados sobre reducción de costos.</b> .....	<b>100</b>
<b>Tabla 45: Resultados sobre mejora tecnológica e innovación.</b> .....	<b>101</b>

<b>Tabla 46: Prueba de hipótesis general.</b> .....	<b>102</b>
<b>Tabla 47: Prueba de hipótesis específica 1</b> .....	<b>103</b>
<b>Tabla 48: Resultados de prueba de hipótesis específica 2</b> .....	<b>104</b>
<b>Tabla 49: Resultados de la prueba de hipótesis específica 3.</b> .....	<b>105</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico N.º 1</b> .....	<b>60</b>
<b>Gráfico N.º 2</b> .....	<b>61</b>
<b>Gráfico N.º 3</b> .....	<b>62</b>
<b>Gráfico N.º 4</b> .....	<b>63</b>
<b>Gráfico N.º 5</b> .....	<b>64</b>
<b>Gráfico N.º 6</b> .....	<b>65</b>
<b>Gráfico N.º 7</b> .....	<b>66</b>
<b>Gráfico N.º 8</b> .....	<b>67</b>
<b>Gráfico N.º 9</b> .....	<b>68</b>
<b>Gráfico N.º 10</b> .....	<b>69</b>
<b>Gráfico N.º 11</b> .....	<b>70</b>
<b>Gráfico N.º 12</b> .....	<b>71</b>
<b>Gráfico N.º 13</b> .....	<b>72</b>
<b>Gráfico N.º 14</b> .....	<b>73</b>
<b>Gráfico N.º 15</b> .....	<b>74</b>
<b>Gráfico N.º 16</b> .....	<b>75</b>
<b>Gráfico N.º 17</b> .....	<b>76</b>

<b>Gráfico N.º 18 .....</b>	<b>77</b>
<b>Gráfico N.º 19 .....</b>	<b>78</b>
<b>Gráfico N.º 20 .....</b>	<b>79</b>
<b>Gráfico N.º 21 .....</b>	<b>80</b>
<b>Gráfico N.º 22 .....</b>	<b>81</b>
<b>Gráfico N.º 23 .....</b>	<b>82</b>
<b>Gráfico N.º 24 .....</b>	<b>83</b>
<b>Gráfico N.º 25 .....</b>	<b>84</b>
<b>Gráfico N.º 26 .....</b>	<b>85</b>
<b>Gráfico N.º 27 .....</b>	<b>86</b>
<b>Gráfico N.º 28 .....</b>	<b>87</b>
<b>Gráfico N.º 29 .....</b>	<b>88</b>
<b>Gráfico N.º 30 .....</b>	<b>89</b>
<b>Gráfico N.º 31 .....</b>	<b>90</b>
<b>Gráfico N.º 32 .....</b>	<b>91</b>
<b>Gráfico N.º 33 .....</b>	<b>92</b>
<b>Gráfico N.º 34 .....</b>	<b>93</b>
<b>Gráfico N.º 35 .....</b>	<b>94</b>
<b>Gráfico N.º 36 .....</b>	<b>95</b>
<b>Gráfico N.º 37 .....</b>	<b>96</b>
<b>Gráfico N.º 38 .....</b>	<b>97</b>
<b>Gráfico N.º 39 .....</b>	<b>98</b>
<b>Gráfico N.º 40 .....</b>	<b>99</b>

<b>Gráfico N.º 41 .....</b>	<b>100</b>
<b>Gráfico N.º 42 .....</b>	<b>101</b>

## RESUMEN

La presente investigación se enfocó en pequeñas empresas dedicadas a la venta de productos, ubicadas en distrito de Barranca.

**Objetivo:** Determinar la influencia de la gestión logística en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018. **Métodos:** Esta investigación es de enfoque cuantitativo – no experimental, el instrumento usado para la recolección de datos fue la encuesta por cuestionario, la cual, contiene 40 ítems con una amplitud de escala de Likert de cinco categorías (siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca), para la validez y confiabilidad del instrumento se usó el coeficiente de Alfa de Cronbach, los resultados obtenidos fueron 0.85, por lo tanto, es confiable y consistente, dicho instrumento se aplicó a 80 pequeñas empresas comerciales entre ellas sucursales, agencias y empresas dedicadas a la venta mayorista. Las dimensiones para la variable independiente son: gestión de compras, gestión de stock y costos logísticos, y para la variable dependiente son: nivel tecnológico, fuerzas competitivas y estrategias competitivas. **Resultados:** 60% no cuenta con información logística,, 70% crea estrategias por sus competidores y 57, 5% implementa estrategias por sus altos volúmenes de inventarios **Conclusiones:** La gestión logística influye en la competitividad de las pequeñas empresas del distrito de Barranca, al tener una significancia de 0.000

**Palabras clave:** Gestión logística, stock, inventario, estrategia y competitividad.

## ABSTRACT

The present investigation focused on small companies dedicated to the sale of products, located in Barranca district.

**Objective:** Determine the influence of logistics management on the competitiveness of small commercial enterprises, Barranca 2018. **Methods:** This research is quantitative - not experimental, the instrument used for data collection was the questionnaire survey, which, contains 40 items with a Likert scale amplitude of five categories (always, almost always, sometimes, almost never and never), for the validity and reliability of the instrument the Cronbach alpha coefficient was used, the results obtained were 0.85, Therefore, it is reliable and consistent, this instrument was applied to 80 small commercial companies, including branches, agencies and companies engaged in wholesale sales. The dimensions for the independent variable are: purchasing management, stock management and logistics costs, and for the dependent variable are: technological level, competitive forces and competitive strategies. **Results:** 60% do not count logistics information, 70% create strategies for their competitors and 57, 5% implement strategies for their high volumes of inventories **Conclusions:** Logistics management influences the competitiveness of small businesses in the district of Barranca, having a significance of 0.000

**Keywords:** Logistic management, stock, inventory, strategy and competitiveness

## **INTRODUCCIÓN.**

La presente investigación titulada “La logística y la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018”, tiene como intención determinar la relación que existe entre la gestión logística y la competitividad de las pequeñas empresas comerciales del distrito de Barranca.

Actualmente la gestión logística y la competitividad juegan un papel fundamental en toda empresa, sin embargo, para las pequeñas empresas la relación entre la gestión logística y la competitividad no resulta tan claro, es por ello, que en esta investigación se demostrara con pruebas estadísticas su grado de relación.

Las recomendaciones de esta investigación permitirán mejorar la competitividad de la empresa en el distrito de Barranca.

La presente investigación está organizada en cuatro capítulos de la siguiente manera:

Capítulo I: planteamiento del problema, contiene la realidad problemática, formulación del problema y objetivos de la investigación general y específico.

Capitulo II: Marco Teórico, crea los antecedentes de la investigación, bases teóricas, definición de conceptos, hipótesis general y específico.

Capitulo III: Contiene la metodología, el cual comprende el diseño metodológico, enfoque y tipo de investigación, población y muestra, técnica de recolección de datos y procesamiento de la información.

Capitulo IV: Contiene los resultados de la encuesta en tablas, figuras e interpretaciones.

Finalmente, en el capítulo V contiene la discusión, conclusión y recomendaciones de la presente investigación.

# CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

## 1.1 Descripción de la realidad problemática.

La logística es un área estratégica en toda organización, su buen manejo y administración nos ayuda a obtener una ventaja competitiva porque colabora directamente a brindar calidad, cantidad y tiempo oportuno; la logística no solo hace uso del proceso administrativo sino también usa la tecnología para facilitar dichos procesos.

Sin embargo, a pesar que contribuye al desarrollo organizacional, se aprecia en el distrito de Barranca que generalmente las empresas no hacen uso adecuado del sistema logístico.

En el Perú según el Anuario estadístico Industrial, Mipyme y Comercio Interno del año 2017 (Ministerio de la Producción, 2018) hay 1 908 829 el 99,5 % (899 584) son mipyme formales, solo 60 702, es decir, 3.2 %, son pequeñas empresas.

Las MIPYME dedicadas al comercio son 23 868 pequeñas empresas.

La región Lima tiene 869 537 empresas formales, sólo 39 553 son pequeñas empresas. A continuación se muestra la evolución de la mipyme formal:

**Tabla 1: Evolución de la mipyme formal, 2008-17.**

Año	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Total Mipyme
2008	994 974	49 503	1 841	1 046 318
2009	1 074 235	50 637	1 885	1 126 757
2010	1 138 091	55 589	2 031	1 195 711
2011	1 221 343	61 171	2 325	1 284 839
2012	1 270 009	68 243	2 451	1 340 703
2013	1 439 778	70 708	2 520	1 513 006
2014	1 518 284	71 313	2 635	1 592 232
2015	1 607 305	72 664	2 712	1 682 681
2016	1 652 071	74 085	2 621	1 728 777
2017	1 836 848	60 702	2 034	1 899 584

Nota: El estrato empresarial es determinado de acuerdo con la Ley N° 30056.  
Parámetro referencial para la gran empresa (aquella cuyas ventas anuales son mayores a 2 300 UIT)  
Fuente: Sunat, Registro Único del Contribuyente 2007-2017  
Elaboración: PRODUCE - Oficina de Estudios Económicos (OEE)



A pesar de las cifras antes expresadas las pequeñas empresas sufren de problemas logísticos muy notorios como: la falta de control de inventario, mal distribución de mercancía, sobre stock, manipulación innecesaria, almacenes llenos, productos fallados, deteriorados o caducados, mala organización en el almacén, falta de disponibilidad y desconfianza de la información a tiempo real, falta de gestión de la información, etc.

Las causas que pueden generar estos problemas son: falta de planeación logística, falta de tecnología de información en el área logística, falta de personal calificado, falta de indicadores de calidad, falta de predicción de demanda, procesos manuales, procesos ineficientes, errores documentales, inexactitud de los inventarios, inadecuado tipo de almacenaje para algunos productos, falta de políticas y estrategias de mejoramiento de la cadena de abastecimiento; según la investigación: Factores que Limitan el Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES), “los factores operativos que limitan el crecimiento de las MYPES tienen relación con aspectos de mercadeo, establecimiento de precios, control de la producción y control de inventarios. En relación con el control de inventarios, la mayoría de los once empresarios entrevistados posee conocimientos muy básicos; y lo llevan manualmente, generando un mayor costo por el tiempo invertido en el registro de los movimientos de entrada y salida. Pareciera que uno de los factores críticos para el desarrollo de la MYPES es el mejoramiento de sus capacidades en relación con la gestión de operaciones y gestión logística” (Avolio, Mesones, & Roca, 2011, p. 77).

El pronóstico es que, debido a la inversión en productos ya existentes, esos productos se deterioran y generan costos de oportunidad, mantenimiento y de descarte; eso traería como consecuencia principal la pérdida de participación en el mercado lo cual repercute

directamente a las utilidades, porque dificultaría su crecimiento y limitaría su capacidad competitiva en un mundo globalizado.

Durante el último trimestre 2017 en Lima provincias se dieron de baja a 661 empresas (INEI, 2018).

## **1.2 Formulación del problema**

Según lo planteado anteriormente surge la siguiente interrogante

### **1.2.1 Problema general.**

¿Cómo influye la gestión logística en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018?

### **1.2.2 Problemas específicos**

- ¿Cómo influye la gestión de compras en la competitividad dedicadas a la venta al por mayor, Barranca 2018?
- ¿Cómo influye la gestión de stock en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018?
- ¿Cómo influyen los costos logísticos en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018?

## **1.3 Objetivos de la investigación**

### **1.3.1 Objetivo general**

Determinar la influencia de la gestión logística en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

### **1.3.2 Objetivos específicos**

- Determinar la influencia de la gestión de compras en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

- Determinar la influencia de la gestión de stock en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.
- Determinar la influencia de los costos logísticos en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

#### **1.4 Justificación de la investigación**

En la búsqueda de alternativas para alcanzar la competitividad, las empresas deben implementar actualizaciones en la cadena logística, que permitan la consecución de sus metas y objetivos. La Gestión Logística está constituida de manera eficiente y de acuerdo a las necesidades de las empresas, presentan la posibilidad de proporcionar información válida, confiable y oportuna de datos, para adoptar decisiones adecuadas y contribuir al éxito de las operaciones.

La importancia de esta investigación, es suministrar a las pequeñas comerciales un estudio detallado sobre la importancia de la Gestión Logística como ventaja competitiva, y posible opción de solución para enfrentar los graves problemas que se vienen suscitando actualmente.

También se considera una herramienta valiosa para todos aquellos profesionales, que se desempeñan en el área de logística de las empresas comercializadoras de pequeñas empresas.

Constituye un aporte significativo, para el beneficio, desarrollo y afianzamiento de investigaciones enmarcadas en las ciencias sociales, debido a la importancia del desarrollo de conocimientos en el área que se evidencia y su relevancia para el desarrollo económico y social del país.

### **1.5 Delimitación del estudio.**

La presente investigación se delimitará a las pequeñas empresas que se dediquen al comercio al por menor o mayor dentro del distrito de Barranca.

#### **Delimitación espacial**

La investigación se realizará en el distrito de Barranca, provincia de Barranca, departamento de Lima

#### **Delimitación temporal**

La investigación se realizará los meses de junio a diciembre del 2018.

#### **Delimitación social**

La investigación se realizará a 80 pequeñas empresas dedicadas a la comercialización de bienes ubicadas en el distrito de Barranca.

### **1.6 Viabilidad del estudio.**

Para realizar la presente investigación, se cuenta con los recursos financieros, materiales y humanos necesarios para su desarrollo.

#### **Financiero.**

El presupuesto y costo de la investigación está garantizado por el investigador, que es el interesado del proyecto.

#### **Materiales.**

Se cuenta con material bibliográfico que se extraerá de la biblioteca de la facultad de ciencias empresariales, los recursos complementarios como materiales de oficina serán comprados con los recursos financieros.

#### **Humanos.**

Se dispone de un asesor y personal aplicador de cuestionario.

## CAPÍTULO II: MARCO TEORICO

### 2.1 Antecedentes

En relación a los estudios revisados que abordan la logística y competitividad podemos citar a los siguientes:

#### 2.1.1 Nacionales

Urday Jáuregui & Cebberos Gutiérrez (2017) , desarrollaron la tesis; *“La gestión logística y su influencia en la competitividad en las PYMES del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra”*, para obtener el Título Profesional de Licenciado en International Business de la Universidad San Ignacio de Loyola ubicada en la ciudad de Lima. El estudio tiene como objetivo general “Determinar la influencia de la gestión logística en la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra”. La hipótesis que pretende probar es: “La gestión logística influye en la competitividad en las PYMES del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra”. La metodología respecto al tipo de investigación es de carácter cuantitativo y cualitativo; diseño no experimental – transversal. Así mismo se obtuvo una población de 15 pymes del sector construcción e importadoras; la técnica utilizada para recolectar datos es la encuesta que se realizó a través de un cuestionario con respuestas cerradas y también se realizó una entrevista a profundidad. Para la validez del instrumento se empleó el juicio de expertos y para la confiabilidad se utilizó el alfa de Cronbach. La conclusión del trabajo de investigación es: “La Gestión Logística influye en la competitividad para pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra”.

Flores Tapia (2014), desarrollo la tesis; *“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 obtener el título profesional de Contador Público de la Universidad San Martín de Porres de la ciudad de Lima. El estudio tiene como objetivo general “determinar la influencia de la gestión logística en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana”. La hipótesis que pretende probar es: “La gestión logística influye significativamente en la rentabilidad de las empresas especialistas en implementación de campamentos para el sector minero en Lima Metropolitana”. La metodología es descriptiva - no experimental, los métodos de investigación empleados en el proceso de investigación son: el método descriptivo, estadístico, de análisis – síntesis, entre otros. La técnica de investigación será la encuesta por cuestionario y la entrevista en forma directa. Su población está conformada por 500 personas de 7 empresas diferentes, su muestra total es de 48 personas. Las conclusiones más importantes que encuentro en el trabajo de investigación son que la gestión de compras generalmente es deficiente porque se desconoce el proceso es por eso que se opta por improvisar, todo esto, trae como consecuencia que los usuarios reporten pedidos innecesarios o duplicados lo que influye negativamente en la rentabilidad económica. La gestión logística no se enfoca en los procesos y operaciones necesarias para abastecer al consumidor el producto correcto, en la cantidad requerida y en condiciones adecuadas lo que hace que influye en la rentabilidad financiera. El aprovechamiento de la gestión de transporte y distribución es deficiente por lo tanto influye al riesgo financiero. La prestación de servicio al cliente es lenta e ineficiente por lo tanto tiene una relación directa sobre el riesgo económico.

**Cruzado Carrión** (2015), desarrollo la tesis: *“Implementación de un sistema de control interno en el proceso logístico y su impacto en la rentabilidad de la constructora Rio Bado S.A.C. en el año 2014”* para obtener el título profesional de Contador público de la universidad Privada del Norte de la ciudad de Trujillo. El estudio tiene como objetivo general: “Determinar el impacto de la implementación de un sistema de control interno en el proceso logístico en la rentabilidad de la constructora Rio Bado S.A.C.”. La hipótesis que pretende probar es: “La implementación de un sistema de control interno en el proceso logístico impacta positivamente en la rentabilidad de la empresa Rio Bado SAC, del sector construcción, de la ciudad de Trujillo para el año 2014”. El tipo de diseño de investigación es transversal, es decir, una investigación cuasi experimental, la evaluación se hizo mediante la encuesta por cuestionario y los métodos de valuación al sistema de control interno del área logística de la empresa. Las conclusiones que resalto son: la implementación de un sistema de control interno en el proceso logístico ayuda a la rentabilidad de la empresa porque se disminuyen a largo plazo los costos, se evitan futuros robos por parte del personal y de personas externas, disminuirá los desperdicios y el deterioro, habrá personal calificado y la gerencia general establecerá un mayor control y supervisión sobre el personal de logística. Si no se aplica un sistema de control la empresa puede tener pérdidas muy significativas que impedirán su desarrollo a largo plazo.

**Arméstar Bruno** (2013) desarrollo la investigación: *“De la micro competitividad a la competitividad nacional”* para la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas ubicada en la ciudad de Lima. La finalidad de la investigación es “reflexionar sobre los determinantes de la competitividad para el grueso de las empresas, que viene a ser en este país: las micro y pequeñas empresas”. Las conclusiones respecto a mi variable dependiente son: a pesar

del crecimiento cada vez las empresas son menos productivas, esto es debido a que no buscamos mejores niveles de productividad sobre todo en los sectores de micro y pequeñas empresas, esto genera que no haya mucha relación entre las Mypes y la gran empresa, lo que limita a las Mypes para conseguir niveles mayores de crecimiento. Las políticas de desarrollo de las Mypes son esencial para tener mejores niveles de competitividad ni mucho menos de productividad. Es decir, no hay competitividad si no hay productividad. La innovación y la tecnología son fuentes que generan valor; cada vez que el personal esté educado, apto y calificado se podrá lograr que los conocimientos se puedan aplicar al trabajo para generar ventajas competitivas. “No es en la generación de conocimiento, sino en la aplicación del conocimiento con adecuado staff de profesionales donde está la fuente de crecimiento económico para países en desarrollo como el nuestro”.

**Calderón Rodríguez; Machicao Chacón & Saldaña Murrugarra** (2017) desarrollaron la investigación: *“Mejora del mecanismo exporta fácil y su incidencia en la competitividad de las exportaciones de las Pymes”* para la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) ubicada en la ciudad de Lima. La finalidad es buscar “el impacto de EXPORTA FACIL en la competitividad de las exportaciones de las PYMES y la propuesta de mejora”. Las conclusiones del trabajo de investigación son: la limitación más importante para la exportación de Pymes es el volumen de envío porque no se puede conseguir costos competitivos cuando se necesita una modalidad de transporte rápida y segura para sus productos.

**Segovia Herrera; Miñano Cabrera; Horna Vidal & Ortiz Ríos** (2017) desarrollaron la tesis *“Diagnóstico de la cadena de suministros y mejora de procesos para elevar la competitividad de una empresa de cerámicas”* para obtener el grado de Magíster en Supply



Chain Management de la universidad ESAN ubicada en la ciudad de Lima. Su objetivo es analizar, identificar y proponer mejoras a los principales procesos involucrados en la cadena de abastecimiento de Cerámicos San Lorenzo. Las herramientas de gestión que se aplicaron son SCOR, Matriz de Kraljic, Diagrama de Pareto y metodología de negociación estratégica de ahorros. Las conclusiones a las que se llegó son: el proceso de compras es donde se genera mayor impacto económico debido a que no se cuenta con un proceso de gestión de ahorros, que genere valor agregado en las compras ya su vez, sean sostenibles en el tiempo; la falta de un proceso adecuado de gestión de compras hace que no se pueda obtener precios aceptables, evitar reclamos y garantizar el cumplimiento de estándares, evitar reprocesos y paradas de planta. Al no existir una metodología para el análisis de costos, inventario, base de datos adecuada que permita identificar a los proveedores estratégicos, sistema de clasificación de proveedores, plan de evaluación y desarrollo de proveedores y ni mucho menos existe una estrategia de compras, todo esto no permite una eficiente planificación de compras ya que las compras se realizan en el momento que se presenta la contingencia y generan un costo más elevado que afecta la rentabilidad y capacidad de respuesta de la empresa.

### **2.1.2 Internacionales**

**Alberto del Prado** (2014) , desarrollo la tesis: *“La logística como factor de éxito en las pymes industriales”* para obtener el grado de magister en Logística de la Universidad Nacional de Cuyo, ubicada en la ciudad argentina de Mendoza. Su objetivo general es: “Determinar los principales factores de éxito empresarial para el grupo de pymes industriales analizadas”. Su hipótesis principal es: “Existe relación entre el éxito empresarial con variables inherentes a la dinámica de la empresa”. La metodología de investigación es cualitativa y cuantitativa; su muestra consiste en un conjunto de 35 empresas de Pymes de la región del NOA donde se analizaron los siguientes parámetros:

Tipo de producción, Cantidad de empleados, Ventas anuales, Especialización, Tipo de Cliente (Final o corporativo), Perfil Exportador, Margen de Contribución sobre Costos Variables, Rentabilidad sobre Activos, Orientación Estratégica, Innovación en el Producto y Percepción de Riesgos. La conclusión del trabajo de investigación que resalto es: para mejorar el desempeño de las organizaciones y evitar problemas logísticos, es necesario orientarse estratégicamente a la logística.

**Bohórquez Vásquez & Puello Fuentes** (2013), desarrollaron la tesis: *“Diseño de un modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia organizacional de la empresa Coralinas & Pisos S.A. Corpisos S.A. en el municipio de Turbaco, Bolívar.”* para obtener el título de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena ubicada en Cartagena de Indias. Su objetivo general es: “Diseñar un modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia organizacional de la empresa CORALINAS & PISOS S.A. CORPISOS S.A.” La metodología es de tipo descriptivo pues se va a determinar el estado actual de la gestión logística de la empresa CORALINAS & PISOS S.A. CORPISOS S.A.; se utilizarán el método teórico y el método empírico; La población sobre la cual se va a realizar el presente trabajo es la que está constituida como la empresa CORALINAS & PISOS S.A. CORPISOS S.A. La conclusión es: un buen análisis y recolección de información contribuye positivamente para diseñar, modificar, implementar y mejorar el modelo de gestión logística y la cadena de suministro, eso contribuye a lograr la eficiencia sostenibilidad y permanencia en el mercado actual de la organización.

**Saavedra García, Milla Toro & Tapia Sánchez** (2013) desarrollaron la investigación titulada: *“Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal, México”*. El objetivo de la investigación es determinar el nivel

competitivo de la micro, pequeña y mediana empresa evaluando aspectos internos de la misma como planeación estratégica, producción y aprovisionamiento, calidad, comercialización, recursos humanos, contabilidad y finanzas, gestión ambiental y sistemas de información. Para medir la competitividad de la empresa se utiliza la metodología del Mapa de Competitividad del BID. Los datos se recopilan de un estudio de campo con una muestra de 400 empresas micro, pequeñas y medianas del Distrito Federal en México. El principal hallazgo es: la competitividad está relacionada con el nivel de estudios del empresario, tamaño y sector de la empresa.

**Meléndez Zacarías & Carcamo Velásquez (2005)**, desarrollaron la tesis: *“Diseño de un programa de capacitación en las áreas de logística para mejorar la productividad en la Pequeña y Mediana empresa de la industria panificadora en el área Metropolitana de San Salvador”* para obtener el título de Administrador de Empresas de la Universidad Dr. José Matías Delgado, ubicada en Nueva San Salvador. Su objetivo general es: “Obtener la información necesaria para el diseño de un programa de capacitación en las áreas de logística de la industria panificadora del área metropolitana de San Salvador, para mejorar su productividad”. Su hipótesis general es: “A mayor obtención de información se diseñará mejor el programa de capacitación en las áreas de logística en la industria panificadora”. La metodología usada es cualitativa y descriptiva; la muestra es de 33 panaderías. El hallazgo principal es que los principales problemas como avería de productos, errores en los pedidos y el retraso en la entrega, son debido al deficiente proceso de distribución que limita su capacidad de competir.

**Vargas Hernández (2006)** desarrollo la tesis: *“Estrategias de Innovación en la Gestión Logística de las Pequeñas y Medianas Empresas. Caso de Estudio: “Comercio Minorista*

*de Ropa*” para obtener el grado de Maestro en Ingeniería de la Universidad Autónoma de México, ubicada en el Distrito Federal de México. El objetivo general de la investigación es proponer estrategias que ayuden a los empresarios, dueños de pequeñas y medianas empresas, a mejorar sus prácticas actuales, específicamente en el ámbito logístico. La conclusión es: debe existir un trabajo organizado entre gobierno y los empresarios para fortalecer la competitividad mediante normas y leyes, a la vez se debe hacer compras según la demanda para evitar productos deteriorados y almacenes llenos.

Arce Manrique (2009) desarrollo la tesis: *“Identificación de los principales problemas en la logística de abastecimiento de las empresas constructoras bogotanas y propuesta de mejoras”* para obtener el título de Administrador de Empresas para la Pontificia Universidad Javeriana ubicada en la ciudad de Bogotá. El objetivo general es: “Identificar los principales problemas de la logística de abastecimiento de las empresas constructoras para proponer las mejoras que les permita reducir las pérdidas en productividad”. La metodología es descriptiva, se aplicó la encuesta por cuestionario estructurado a una población de empresas seleccionadas que indagaba acerca de los principales procesos en la logística de abastecimiento como la obtención, recepción, inspección y almacenaje del material, certificación de calidad del proveedor y toda la logística de abastecimiento. Las conclusiones de la investigación son: La administración efectiva del flujo de productos, dinero e información es la clave del éxito de la cadena de suministros. En el proceso de abastecimiento los principales problemas son el control y manejo de inventarios, deficiente almacenamiento y la carencia de sistemas de información, eso trae como consecuencia interrupción en los trabajos por falta de materiales requeridos y las pérdidas, robos y daños en los materiales, que, a su vez, generan desperdicio, sobrecostos, incumplimiento en los

plazos, y principalmente pérdida de productividad. Adicionalmente, las empresas deben combatir el alto poder de negociación de los proveedores de materiales estratégicos, es por ello que están sujetas a las proposiciones de las empresas proveedoras.

**Gil Gaytán** (2016) desarrollo la investigación: *“La logística: clave para la competitividad global de las Pequeñas y Medianas empresas del estado de Jalisco en México.”* Para la revista Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad de México. Su objetivo fue describir el estado de la logística en el sector empresarial exportador, teniendo como referencia la Zona Metropolitana de Guadalajara debido a la concentración de empresas con actividad exportadora. El estudio contempló tanto investigación documental como de campo. La primera etapa fue documental, basada en evidencias, para establecer un panorama general del estado de la logística en el país. Enseguida se realizó la investigación de campo, que incluyó tanto investigación cualitativa como cuantitativa. La primera a través de grupos de enfoque y entrevistas a profundidad, la cuantitativa por medio de cuestionarios semiestructurados de aplicación personal en diversos segmentos productivos, principalmente alimentos y bebidas, alimentos frescos e industria de plásticos y hule. Se empleó el método de medición de comportamiento para el establecimiento de un diagnóstico donde el tamaño de la muestra se determina para el caso con una población infinita o desconocida con un margen de error máximo de 10% y un nivel de confianza mínimo de 80%. A su vez, por el tipo de muestreo de ser un estratificado proporcionado, se empleó una combinación de método de juicio, conveniencia, bola de nieve y aleatorio simple. Se lograron 91 cuestionarios válidos: los cuestionarios fueron validados aleatoriamente y preparados para su análisis. Los resultados obtenidos, éstos indican que sí existe asociación entre logística y eficiencia empresarial exportadora Los agentes

aduanales, consultores y transportistas coinciden que es la falta de información en la toma de decisiones por parte de las empresas, la que genera el porcentaje mayor, en el incremento de los costos logísticos, las empresas pequeñas y medianas, son las que mayor problemática presentan al respecto. Ejemplos claros de esto, por citar algunos, son sus fallas a la hora de determinar el costo real de exportación de sus productos y el cumplimiento con las regulaciones arancelarias y no arancelarias, no existe así mismo, planeación en sus procesos de exportación. Todo esto, incrementa sus costos y una serie de problemáticas que son consecuencia de sus decisiones debido a su desinformación.

## **2.2 Bases teóricas**

### **2.2.1 Base Legal.**

- ✓ Ley N°30056.
- ✓ Ley N.ª 28015. Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña empresa.
- ✓ Decreto Supremo N.º 007-2008-TR. Texto Único Ordenado de la Ley de Impulso al Desarrollo Productivo y al Crecimiento Empresarial.

La ley respecto a pequeñas empresas ha ido cambiando con el tiempo desde el año 2003 cuando se promulgó la Ley N.º 28015 de promoción y formalización de la micro y pequeña empresa, tendría una vigencia temporal de 5 años. Luego se creó el Decreto Supremo N.º 024-2009-PRODUCE, publicado el 10 de julio de 2009, que modifica el Reglamento del Texto Único Ordenado de la Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña empresa y del Acceso al Empleo Decente – Reglamento de la Ley MYPE, se estableció el carácter temporal del régimen laboral especial. Luego salió la ley N° 30056 donde señala lo siguiente:

Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT); también indica que, en el caso de las pequeñas empresas, de superar durante dos (2) años consecutivos el nivel de ventas establecido en la presente Ley, podrán conservar durante tres (3) años adicionales el mismo régimen laboral. Cabe resaltar que la mayoría de las Mypes en el Perú son de propiedad familiar, según (Rico García & Sacristán Navarro, 2012, pág. 231) “una empresa familiar es aquella que es propiedad de una o varias familias, y que pretender seguir siendo en el futuro de propiedad familiar, es decir, existe una intención de transferencia dentro de la familia” (González Domínguez, 2012) Señala algunas peculiaridades e inconvenientes basados en Neck 1978.

**Tabla 2: Peculiaridades e inconvenientes de empresas familiares.**

Peculiaridades	Inconvenientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empleo.</li> <li>• Mercados Especializados.</li> <li>• Atención directa.</li> <li>• Estabilidad y compromiso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de mano de obra cualificada.</li> <li>• Financiación exterior.</li> <li>• Normativa específica.</li> <li>• Morosidad.</li> </ul>

Fuente: Elaboración propia, con base a la descripción de Gonzáles (2012)

### 2.2.2 Logística.

(Mora García, 2012). Define a 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).

“La logística es el proceso por el que la empresa gestiona de forma adecuada el movimiento, la distribución eficiente y el almacenamiento de la mercancía, además del control de inventarios, a la vez que maneja con acierto los flujos de información asociados.” (Bastos Boubeta A. I., 2007, p. 2)

“Desde el punto de vista empresarial, la logística se refiere a la forma de organización que adoptan las empresas en lo referente al aprovisionamiento de materiales, producción, almacén y distribución de productos.” (Gómez Aparicio, 2013).

El sistema logístico es todo el conjunto de actividades que tienen lugar entre el aprovisionamiento de materias primas y la entrega de productos terminados a los clientes. Se visualiza, así, un flujo de materiales que van sufriendo diferentes tipos de cambios: desplazamientos (lugar), transformaciones (forma), esperas (tiempo). La idea principal es que este conjunto de actividades se debe realizar como medio para alcanzar determinados objetivos: dar un cierto grado de satisfacción a las expectativas de los clientes, al tiempo que se consiguen determinados objetivos propios de la empresa. (Carrasco, 2000, pág. 23)

La misión de la logística es entregar los bienes o servicios correctos en el lugar y tiempo acordados y en la condición deseada, mientras se hace la contribución mayor a la compañía. Según (Bastos Boubeta A. I., pág. 5) en logística, el servicio al cliente supone que se cumplan una serie de requisitos:

- **Confianza:** el cliente necesita creer y confiar en los resultados. Por eso es de vital importancia dar a conocer al cliente los nexos que conforman la totalidad de la cadena de distribución, a fin de poder exigir responsabilidades.



- Flexibilidad: un sistema logístico rígido no permite atender a las variaciones de demanda (estacionalidad, incremento de volumen, etc.). Es por ello que las organizaciones empresariales toman conciencia de la importancia que este requisito tiene en la eficiencia global.
- Calidad: resulta imprescindible cumplir el requisito de homogeneidad, es decir, unidad de acción. Es necesario no descuidar ninguna de las etapas del proceso, ni dar prioridad a unas en detrimento de las otras.
- Certeza: el cliente necesita saber que la mercancía llegará a su destino, aunque no siempre llegue en el tiempo previsto, por lo que es necesario poner a su disposición mecanismos de información.
- Exigencia: es necesario no acomodarse en la forma de hacer las cosas y establecer objetivos de mejora permanente, como, por ejemplo, mejorar los costes, la relación con los proveedores, el transporte y la administración del negocio.

#### **2.2.2.1 El sistema de información logístico.**

(Servera Francés & Gil Saura, 2008) Sostienen que la información no debe seguir necesariamente la misma estructura que el flujo físico, porque la gestión diferenciada permite optimizar y mejorar la productividad de la empresa. Ellos definen al sistema de información logístico como “la estructura interactiva compuesta por personas, equipos, métodos y controles que todos juntos, dan la información necesaria a la dirección para tener una base para tomar decisiones sobre planificación, implementación y control”

(Casanovas & Cuatrecasas, 2001, pág. 191). La importancia de los sistemas de información logística radica en la capacidad de transformación de los datos en información útil y relevante para la toma de decisiones, se divide en cuatro sistemas:

- Sistema de proceso de pedido, sistema encargado de gestionar la información relacionada con la gestión del pedido: recepción, procesamiento, preparación y entrega.
- Sistema de análisis o búsqueda, encargado de estudiar el entorno de la empresa con el fin de poder detectar y evaluarlos factores que puedan influir sobre la gestión del servicio logístico de la empresa.
- Sistema soporte, constituido por las herramientas, generalmente informáticas, que ayudan a la toma de decisiones;
- Sistema de informes y salidas, encargado de ofrecer a los responsables de las empresas los datos resultantes del sistema de información logística a fin de facilitar la toma de decisiones.

Las tecnologías de información y comunicación constituyen un elemento decisivo en la competitividad de la empresa, los beneficios procedentes de su implantación son la mejora de la calidad del servicio logístico y de la información transmitida tanto al nivel interno como externo. Las tecnologías de información y comunicación permiten recoger con mayor exactitud y rapidez los requisitos del cliente reflejados en el pedido, lo que permite que el producto/servicio se adapte con mayor precisión.

### **2.2.2.3 Gestión de compras**

El fin de la gestión de compras es cubrir las necesidades de la empresa con elementos exteriores, maximizando el valor del dinero invertido, pero este debe ser compatible con la contribución de compras en armonía con el resto de los departamentos para lograr los objetivos de la empresa (SYAF. Selección y Acción formativa., 1999, pág. 11)

El aprovisionamiento es una operación logística que consiste en asegurar el abastecimiento de mercancías (stock) en una tienda para evitar así vacíos incómodos a los clientes. Deberá

ser constante y habrá de hacerse en las mejores condiciones de conservación, a fin de cumplir con los objetivos del negocio. (Bastos Boubeta A. I., 2007, pág. 7)

#### **2.2.2.3.1 Funciones de compras.**

Según (SYAF. Selección y Acción formativa., 1999, págs. 11-14) cada empresa debe establecer unas políticas y objetivos a medio y largo plazo, todo esto dependerá de las características particulares de la empresa, de su entorno y por supuesto de su personal, aparte de estas circunstancias en concreto, la función de compras debe ocuparse de:

- Realizar previsiones.

Es el uso de determinadas técnicas de aprovisionamiento, que nos permiten disponer de los materiales en el momento adecuado.

- Negociación de precios.

Independientemente del grado de competencia de nuestro mercado y de nuestro nivel de dependencia del exterior, obtener la mayor rentabilidad de nuestros suministros exteriores, supone necesariamente conseguir los mejores precios de acuerdo con los condicionamientos establecidos.

- Búsqueda de otras fuentes de aprovisionamiento.

Para tener una buena negociación de precios se debe estimular la sana competencia entre nuestros proveedores; se debe encontrar el punto de equilibrio, entre seguridad de entrega y potencia de compras.

- Contratos de aprovisionamientos.

Son compromisos firmes, con duración determinada y con programación de los plazos de entrega.

- Rotación de Stocks: minimizar los costes de mantenimiento y las inmovilizaciones de los recursos.
- Normalización de materiales.  
Se busca sustituir los productos estándar, para mejorar la competencia, disminuir costes y aumentar fiabilidad de los plazos.
- Relaciones fluidas con todas las direcciones.  
Para mejorar la eficiencia y eficacia de la gestión debe contar con la cooperación del personal de todos los departamentos.

#### **2.2.2.3.2 Sistemas de aprovisionamiento.**

Existen dos sistemas básicos de aprovisionamiento, que son los siguientes:

- El sistema a punto de pedido: en este sistema la mercancía solicitada es la misma en todos los pedidos. Esta cantidad que se repite se denomina cantidad económica y se calcula previamente para cada uno de los artículos que componen el surtido. En este método, los pedidos no respetan la periodicidad fija.
- El sistema de reaprovisionamiento periódico: consiste en emitir los pedidos en intervalos de tiempo fijos, y en hacer que varíe únicamente la cantidad en cada ocasión.

#### **2.2.2.3.3 Proveedores.**

(Martínez Moya, 2013) La misión del comprador es localizar las mejores fuentes de aprovisionamiento para su empresa, seleccionando los mejores suministradores.

##### **2.2.2.3.3.1 La evaluación de Proveedores**

Según (Ferrín Gutiérrez, 2013) se hace de acuerdo a los siguientes criterios:

- Visita a sus instalaciones

Una visita a las instalaciones permite una evaluación de la capacidad potencial del proveedor para fabricar el producto requerido en la cantidad y calidad deseadas, a la vez proporciona una información para decidir si la dimensión de la fábrica y su estructura organizativa son capaces de satisfacer las necesidades. Por ello se deberá investigar los criterios por los que se rige para establecer precios, plazos y descuentos.

Situación Financiera.

Este análisis de la situación financiera puede revelar casos en los que el proveedor no podrá cumplir con sus compromisos de suministro, ya que para poder garantizar el cumplimiento de un contrato debe existir equilibrio entre la financiación externa, el fondo de manobra y las deudas.

El equilibrio y la estabilidad financiera son esenciales para que un proveedor pueda asegurar la continuidad del suministro y una adecuada calidad del producto; ya que una situación bastante frecuente entre proveedores de pequeña dimensión es la de aceptar pedidos que superan su capacidad de financiación.

Capacidad directiva

Es una condición necesaria para que el proveedor nos merezca la consideración de empresa con futuro.

Nivel de servicio

Se mide normalmente por la capacidad del proveedor para cumplir las fechas de entregas prometidas, las especificaciones requeridas y la debida asistencia técnica.

#### **2.2.2.4 Gestión de stocks**

El inventario o stock es el conjunto de mercancías acumuladas en un almacén en espera de ser vendidas o utilizadas durante el proceso de producción. Los inventarios se crean con la

finalidad de servir a los clientes, de permitir el flujo productivo y de compensar las posibles oscilaciones relativas a la demanda y al plazo de entrega de los proveedores. (Bastos Boubeta A. I., pág. 22)

Stock es un conjunto de materiales y artículos que la empresa almacena en espera de su utilización o venta posterior. La gestión de stocks es la parte de la función logística que se encarga de administrar las existencias de la empresa. (López Fernández, 2010, pág. 126)

### **Clases de stocks.**

1. Según su función.

- ❖ Stock normal o de ciclo, es el stock necesario para atender la demanda normal de la empresa desde el tiempo de reaprovisionamiento.
- ❖ Stock de seguridad o protección; es la cantidad que tenemos almacenadas por encima del stock normal, su finalidad es evitar rupturas de stocks en caso de que se produzcan, retrasos de los proveedores y la fluctuación de la demanda.
- ❖ Stock de especulación y anticipación; se refiere al stock que se compra más de lo normal ya sea para aprovechar los precios bajos o adelantar los productos de la temporada siguiente.

2 según el criterio ABC.

Este criterio señala que todos los productos almacenados no son de igual importancia para la empresa, por lo tanto, los procedimientos que se emplean para la gestión de stocks de cada tipo de artículos no tienen por qué ser la misma.

El criterio ABC clasifica los productos según el porcentaje de inversión inmovilizada que cada uno representa sobre el total de las existencias. Se divide en:

- ❖ Grupo A

Representan de un 10 a 20 % de las unidades físicas, pero tienen un valor total del stock aproximadamente del 80 al 90 %, es por eso que su gestión se basa en:

- Control máximo. Pedidos frecuentes de pocas unidades, debido a su gran valor económico
- Registro de las entradas y salidas del almacén, para saber exactamente de cuantas unidades se disponen.
- Recuentos periódicos frecuentes para subsanar errores.

#### ❖ Grupo B

Representan en torno al 30% de unidades físicas totales pero su valor total representa aprox. 15-10%, es por ello que su seguimiento es intermedio.

#### ❖ Grupo C.

Representa un grupo más numeroso en unidades almacenadas sobre un 60 – 50%, pero representan un 10-5% de la inversión total de las existencias. Para gestionar este grupo se suelen emplear:

- Controles sencillos, Hay que centrar en los grupos anteriores.
- Pedidos grandes. Dado su escaso valor no es tan relevante el almacenar muchas unidades.

### **2.2.2.3.2 Modelos de Gestión de Stocks.**

Existen dos modelos de gestión el primero es el sistema de revisión continua y el sistema de revisión periódica.

#### 1. Sistema de revisión continúa.

Consiste en actualizar el stock registrado, de forma inmediata, es decir después de cada transacción, por ello se emplea un sistema informático donde se registran las entradas y

salidas de mercancías. Estos sistemas permiten conocer el nivel de stock que tiene la empresa de un artículo, sin necesidad de acudir a su recuento en el almacén; se gestionan mediante puntos de pedido, stocks de seguridad y lotes de pedido.

## 2. Sistema de revisión periódica.

Es más simple porque las entradas y salidas no se registran al momento sino cada cierto tiempo se hace un recuento, es recomendable usar este sistema solo se puede emplear cuando hay poca variedad o pocas unidades de cada artículo.

## 3. Los recuentos.

Independiente del sistema de gestión de stock que se usó, es necesario hacer recuentos periódicos de las existencias. Estos recuentos o inventarios se realizan:

- ❖ Al menos una vez al año, que sirve como base para la elaboración de las cuentas anuales de la empresa.
- ❖ Recuentos periódicos que se realizan para detectar errores cuando se emplea un sistema de revisión continua.
- ❖ Recuentos que sirven como base para realizar los pedidos cuando se emplea un sistema de revisión periódico.

Realizar un inventario supone contar todos los artículos de un almacén, aunque también pueden hacerse recuentos parciales de un sector o sección. Si hay demasiada diferencia entre el stock anterior del recuento y el stock contado, se tiene que ver porque el sistema de registro no está funcionando correctamente y tomar medidas en consecuencia.

### **2.2.2.5 Los costes logísticos**

Según (Bastos Boubeta A. I., pág. 6) los costes logísticos son el gasto total generado por las actividades de mantenimiento logístico. Los costes logísticos dependen de cada empresa



es por eso que son siempre distintas y varían según su tamaño y rubro, el valor de la mercancía, los procesos de producción, los costes financieros asociados a más servicios, los flujos de transporte, los sistemas de optimización y los sistemas de control.

Desde una perspectiva más amplia (López Fernández, 2010, pág. 102) diferencia los costes logísticos como; costes propiamente logísticos, costes de almacenaje, costes de aprovisionamiento o emisión de pedidos, entre otros. A la vez define al coste como “la medida en términos monetarios de los recursos sacrificados para conseguir un objetivo”.

#### 1. Costes logísticos.

Son costes derivados de la función logística que se clasifican en:

##### ❖ Costes de almacenaje.

Son los costes derivados de tener mercancías en el almacén.

##### ➤ Coste de espacio.

Alquileres y amortizaciones, en caso que los almacenes sean alquilados se considerará el pago de dicho alquiler, por el contrario, si el almacén es propio se calculará la amortización.

Financiación, coste del capital propio y ajeno empleado para financiar la adquisición del almacén.

Mantenimiento, dentro de ellos se incluye los costes a reparar y mantenimiento del edificio.

Seguros, primas de seguros que la empresa tiene para cubrir inconvenientes como incendio, inundación, robo en el edificio.

Impuestos, se incluyen todos los impuestos que tenga el edificio como el impuesto predial.

➤ El coste de instalaciones

Dentro de este están primordialmente las estanterías y el resto de instalaciones fijas, sus costes son similares al coste de espacio como son los alquileres y amortizaciones, financiación, reparaciones y conservación.

A la vez el coste de las instalaciones depende de: el número de referencias de stock, dimensión y volumen de mercancías, sistema de almacenaje y operatividad para la preparación de pedidos.

➤ Coste de manipulación.

Se incluyen los recursos empleados para la manipulación de la mercancía dentro del almacén. Serán:

*Personal*, ahí se consideran todos los costes empresariales correspondientes a los trabajadores que manipulen la mercancía, estos costes son: sueldos y salarios (sueldo bruto de los trabajadores), seguridad social a cargo de la empresa, vestuario y dietas.

*Amortizaciones y alquileres* de los equipos de elevación y traslado de mercancías.

Al haber mercancía en el almacén se incurren a los siguientes costes.

- Inversión inmovilizada, se señala que por el simple hecho de tener mercancía en el almacén este supone una inversión inmovilizada, por lo tanto, supone un costo financiero, este se calcula aplicando el nivel medio del inventario el coste del capital.
- Seguro de mercancías, primas de seguros a cubrir los riesgos de robo, incendios, etc., de ellos productos almacenados.

➤ Costes ocultos.

Existen algunos costes que son difíciles de cuantificar, pero son de gran importancia.

Como:

Ruptura de stocks, es más perjudicial cuando no hay existencias, porque la empresa pierde por el hecho de no poder atender los pedidos de sus clientes.

Obsolescencia, se da cuando la mercancía permanece mucho tiempo almacenada, debido a que salen al mercado constantemente productos nuevos que incorporan nuevas tecnologías.

Roturas, robos, etc.

❖ Costes de aprovisionamiento o emisión de pedidos.

Al hacer pedidos la organización automáticamente incurre en costes como:

Personal: sueldos, salarios, etc., del personal del departamento de compras.

Costes de los equipos: amortizaciones, alquileres y coste financiero de los equipos informáticos, mobiliario, programas, etc., empleadas por el departamento de compras.

Comunicaciones, gastos de emitir y recibir pedidos, como comunicaciones vía fax, teléfono, etc.

❖ Los costes de adquisición.

Son los costes de comprar las mercaderías cuando han sido deducidos los descuentos y añadido todos los gastos adicionales hasta que la mercancía se encuentre en el almacén.

### **2.2.3 Competitividad.**

Según (Porter, 2015, págs. 3-4) la esencia de la formulación de una estrategia competitiva es relacionar una empresa con su ambiente; la meta de la estrategia competitiva de unidad de negocios consiste en encontrar una posición en el sector industrial donde se defienda mejor en contra de esas fuerzas o influya en ellas para sacarlas provecho...conocer las

causas de la presión competitiva permite sacar las fortalezas y debilidades de la compañía, consolidar su posicionamiento en su sector, aclarar los aspectos en que los cambios estratégicos producirán los mejores resultados y, descubrir las áreas donde las tendencias de la industria tendrán mayor importancia como oportunidades y riesgos.

La competitividad se relaciona con la capacidad de mejorar el nivel de vida de los habitantes, de incrementar la productividad, de poder penetrar el mercado global con buenos resultados (Padilla, 2006).

(Saavedra García M. L., 2012), propone otro modelo de los niveles de competitividad en donde describe seis niveles de competitividad, basándose de Gómez (2001) en donde el estudio que se realizó a los empresarios mostro que las empresas que le daban importancia a determinados factores lograban tener más utilidades, menor endeudamiento y mayor utilización de capacidad de planta y menor rotación de empleados.

**Tabla 3: Nivel y componentes de la competitividad**

NIVEL	COMPONENTE
	Desempeño financiero.
	Gestión de apoyos financieros
Estrategia y gestión financiera	Estrategia financiera.
	Destinos de los recursos financieros.
	Vigilancia de los mercados
Niveles de mercado	Estrategia de mercado
	Servicio al cliente

	Ventas y comercialización
	Estrategia tecnológica
	Asimilación de tecnología
Nivel tecnológico	Mejora continua
	Adquisición y actualización de tecnología
	Operaciones y manufactura
	Compras.
Administración de operaciones.	Gestión de calidad
	Gestión ambiental
	Computo
Cómputo y tecnología de información	Comunicaciones, producción y logística
	Comercio electrónico

Fuente: Saavedra (2012) del artículo “Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana”

### **2.2.3.1 Fuerzas competitivas.**

Según (Porter, 2015, págs. 5-28) la solidez de las fuerzas competitivas en una industria determina el nivel de inversión e impulsa el rendimiento al nivel del libre mercado, por tanto, incrementa la capacidad de la empresa para para sostener rendimientos por encima del promedio.

### **2.2.3.1.1 Barreras de entrada.**

Estas barreras dependerán del riesgo de aumento de participantes en una industria; el riesgo será escaso si las barreras son importantes o si las nuevas empresas esperan una gran represalia de los competidores bien consolidados.

Las principales fuentes de barreras son:

#### 1. Diferenciación de productos.

La diferenciación genera una barrera de entrada contra nuevas compañías porque deben hacer grandes inversiones para ganarse la lealtad de los clientes de los competidores. Es un esfuerzo que genera pérdidas al inicio de operaciones y a menudo dura largo tiempo.

#### 2. Necesidades de capital.

Es una barrera de entrada porque se requiere capital para publicidad anticipada o para investigación y desarrollo que puede ser irrecuperable o implique riesgos.

#### 3. Acceso a los canales de distribución.

Surge esta barrera al momento de que la nueva empresa necesita garantizar la distribución de su producto; debido a que los canales ordinarios están ocupados con los competidores, por lo tanto, para que acepten su producto tendrán que persuadirlos mediante descuentos, bonificaciones por publicidad cooperativa y otros medios, es por ello que las utilidades disminuyen. Cuanto más limitados sean los canales a través de los cuales un producto se vende y cuanto esté ligados a los competidores actuales, será más difícil ingresar al mercado.

#### 4. Política gubernamental.

El gobierno puede limitar y hasta prohibir entradas de nuevas compañías al aplicar controles, como requisitos para conceder licencias y restringir el acceso a materias primas

#### **2.2.3.1.2 Intensidad de la rivalidad entre competidores.**

La rivalidad trae consigo la manipulación para alcanzar una posición, recurriendo a tácticas como la competencia de precios, guerra de publicidad o la introducción de un mejor servicio o garantías al cliente; la rivalidad se debe a que uno o más competidores se sienten presionados o ven la oportunidad de mejorar su posición.

- **Barreras solidas de salida.**

Son factores de carácter económico, estratégico y emocional que les permite competir con la industria, aunque obtengan rendimientos bajos y hasta negativos sobre la inversión. Algunas fuentes de barreras de salida:

- Interrelaciones estratégicas, se dan entre la unidad de negocios y otros departamentos de la compañía respecto a la imagen, capacidad de marketing, accesos a los mercados financieros, instalaciones compartidas, etc. Hacen que se conceda importancia estratégica a la permanencia del sector industrial.
- Barreras emocionales; los directivos se niegan a tomar decisiones de las salidas que se justifican, entre otras cosas, por motivos económicos, identificación con un negocio particular, lealtad a los empleados, temor a arruinar su carrera y orgullos.
- Restricciones gubernamentales y sociales; el gobierno desalienta la salida de una empresa porque causaría la perdida de empleados y efectos económicos a nivel regional.

Cuando las barreras de salida son estrictas, la capacidad ociosa no abandona la industria ni las compañías que pierden la guerra de la competencia no desisten; más bien, se mantienen en ellas regañadientes y, ante sus debilidades, se ven obligadas a recurrir a tácticas desesperadas.

#### **2.2.3.1.3 Poder de negociación de los compradores.**

Los compradores compiten con las industrias cuando la obligan a reducir los precios, negociaran una mejor calidad o más servicios y enfrentan a los rivales entre sí. Un grupo de compradores será poderoso si cumple las siguientes condiciones:

- El grupo está concentrado o compra grandes volúmenes en relación con las ventas del proveedor.
- Los productos que compra el grupo representan una parte considerable de los costos o de las adquisiciones que realiza.
- Los productos que grupo adquiere son estándar o son diferenciados. El grupo tiene pocos costos cambiantes. El grupo tiene bajas utilidades. Esto da origen a grandes incentivos para disminuir los costos de la compra

#### **2.2.3.1.4. Poder de negociación con los proveedores.**

Los proveedores ejercen poder cuando amenazan con elevar precios o disminuir la calidad de los bienes y servicios que ofrecen; un grupo de proveedores es poderoso si:

- El grupo está dominado por pocas compañías y muestra mayor concentración que la industria a la que le vende.
- Los proveedores que venden a clientes fragmentados casi siempre influirán demasiado en los precios, calidad y condiciones de transacción.



- La industria no es un cliente importante para los proveedores. El producto de los proveedores es un insumo importante para el negocio del comprador.
- Los productos del grupo de proveedores están diferenciados o han acumulado costos cambiantes.

### **2.2.3.2 Estrategias Competitivas genéricas.**

(Porter, 2015, págs. 33-39) Las estrategias competitivas genéricas pueden ser usadas individualmente o en conjunto para lograr una posición defendible a largo plazo, y son:

#### **2.2.3.2.1 El liderazgo en costos globales.**

El liderazgo en costos exige la construcción de instalaciones de escala eficiente, búsqueda de reducción de costos a través de la experiencia, un control riguroso de gastos variables y fijos, evitar las cuentas de clientes menores y minimizar los costos en áreas como I+D, fuerza de ventas, publicidad y otras. El objetivo principal son los costos bajos frente a la competencia, sin embargo, esa reducción no debe descuidar la calidad. El liderazgo en costos protege a la organización contra las cinco fuerzas competitivas porque la negociación seguirá deteriorando las utilidades hasta eliminar las del siguiente rival más eficiente porque éste será el primero en sufrir las presiones competitivas.

La implementación de una estrategia de costos bajos quizá exigirá una fuerte inversión anticipada de capital en equipo moderno, precios agresivos y pérdidas de inicio de operaciones para incrementar la participación en el mercado, esta participación ofrece ahorro de compras y reduce aún más los costos.

#### **2.2.3.2.2 Diferenciación.**

Es cuando en la industria un bien o servicio es percibido como único. La estrategia de diferenciación no solo permite prescindir de los costos, sino que constituye el principal

objetivo estratégico. La diferenciación brinda protección contra la rivalidad porque los clientes son leales a la marca, lo que disminuye la sensibilidad al precio, aumenta los márgenes de utilidad y levantan barreras de entrada gracias a la lealtad de los consumidores ya que los rivales deben superar el carácter especial del producto. La diferenciación contribuye a mejorar el enfrentamiento con el poder de los proveedores; aminora el poder de los compradores porque no disponen de opciones similares, por lo tanto, la lealtad de sus clientes estará mejor posicionada a los sustitutos.

#### **2.2.3.2.3 Enfoque o concentración.**

Esta estrategia procura dar un servicio excelente a un mercado particular, por lo tanto, se diferencia al satisfacer de manera favorable las necesidades de su mercado. La concentración sirve para seleccionar los mercados menos vulnerables, sustitutos o aquellos donde la competencia es más débil.

La estrategia de concentración siempre entraña algunas limitaciones en la participación alcanzable del mercado.

Las tres estrategias genéricas difieren entre sí, para implementarlas bien se requiere de varios recursos y habilidades; además de contar con planes organizacionales, procedimientos de control y sistemas ingeniosos; por ello se requiere de un compromiso sostenido con una de las estrategias como objetivo primario, si se quiere alcanzar el éxito.

### **2.3 Definiciones conceptuales.**

#### **Capacidad de planificación y organización.**

Capacidad para determinar eficazmente metas y prioridades de su tarea, área o proyecto, y especificar las etapas, acciones, plazos y recursos requeridos para el logro de los objetivos. (Alles, 2012, pág. 168).

**Control Administrativo:**

Consiste en controlar que el uso que se hace de los recursos es previsto por los planes.

(Rico García & Sacristán Navarro, 2012)

**Entorno:**

Factores externos a la empresa que poseen capacidad para influir en su marcha y rendimiento. (González Domínguez, 2012)

**Estrategia competitiva:**

La estrategia competitiva o de negocio orienta a la empresa a la consecución de ventajas competitivas. (Rico García & Sacristán Navarro, 2012).

**Influencia y negociación.**

Capacidad de persuadir a otras personas, utilizar argumentos sólidos y honestos, y acercar posiciones mediante el ejercicio del razonamiento conjunto, que contemple los intereses de todas las partes intervinientes y los objetivos organizacionales. Implica capacidad para influenciar a otros a través de estrategias que permitan construir acuerdos satisfactorios para todos, mediante la aplicación del concepto ganar-ganar (Alles, 2012, pág. 180).

**Innovación y creatividad.**

Capacidad para idear soluciones nuevas y diferentes dirigidas a resolver problemas o situaciones que se presentan en el propio puesto, la organización y/o los clientes con el objeto de agregar valor a la organización (Alles, 2012, pág. 137)

**Pensamiento Estratégico.**

Estudia las amenazas y oportunidades del entorno, identifica las fortalezas y debilidades de la empresa, establece objetivos estratégicos y diseña un curso de acción apropiado para lograrlos. (Ojeda Hernández, 2006, pág. 280)

### **Productividad.**

Capacidad para fijarse objetivos de alto desempeño y alcanzarlos exitosamente, en el tiempo y con la calidad requerida, agregarle valor y contribuir a que la organización mantenga e incremente su liderazgo en el mercado. (Alles, 2012, pág. 188).

### **Rotación de inventario**

Es el ritmo con el que las existencias de un producto se renuevan en un periodo de tiempo determinado. La rentabilidad de la tienda va a estar en relación directa con la rotación, ya que, en principio, cuanto más aumenta, se sobreentiende que más se vende. (Bastos Boubeta A. I., 2007)

## **2.4 Formulación de la hipótesis**

### **2.4.1 Hipótesis General**

La gestión logística influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018

### **2.4.2 Hipótesis Específicas**

- La gestión de compras influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.
- La gestión de stock influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.
- Los costos logísticos influyen en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

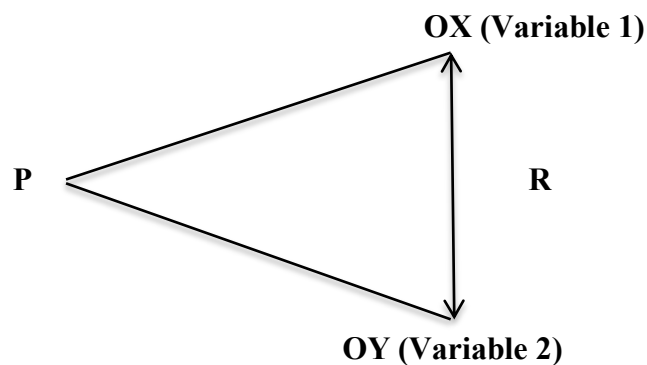
## CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.

### 3.1 Diseño metodológico.

La presente investigación es de tipo descriptivo correlacional, porque trata de responder a un problema de corte teórico y tiene por finalidad describir un fenómeno o una situación mediante el estudio del mismo en una circunstancia temporal–espacial determinada.

Las variables intervinientes se interrelacionan bajo el siguiente esquema:

Grafico del diseño de investigación



P = Población

OX= Observación de la variable X, en una sola oportunidad.

OY= Observación de la variable Y, en una sola oportunidad.

X= Gestión logística.

Y= Competitividad

R=Grado de relación entre las variables

#### 3.1.1 Tipo de investigación.

De acuerdo a la naturaleza del estudio que se ha planteado, reúne las condiciones metodológicas suficientes para ser considerada una “investigación aplicada”.

### **3.1.2 Nivel de investigación.**

Correlacional

### **3.1.3 Diseño.**

No experimental

### **3.1.4 Enfoque**

Cuantitativo.

## **3.2 Población y muestra**

La población es de 80 pequeñas empresas dedicadas a la compra y venta de productos tangibles dentro del distrito de Barranca incluimos agencias, sucursales y locales comerciales; debido a la pequeña población se optó por trabajar con todo el conjunto para tener una mayor confiabilidad en los resultados.

### 3.3 Operacionalización de variables.

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Ítems	ESCALA
VARIABLE X: GESTIÓN LOGÍSTICA.	“La logística es el proceso por el que la empresa gestiona de forma adecuada el movimiento, la distribución eficiente y el almacenamiento de la mercancía, además del control de inventarios, a la vez que maneja con acierto los flujos de información asociados.” (Bastos Boubeta A. I., 2007, p. 2)	<b>GESTIÓN DE COMPRAS</b>	1.1. Negociación	1 - 9	L
			1.2. Proveedores		
			1.3. Sistema de aprovisionamiento.		
		<b>GESTIÓN DE STOCK</b>	2.1. Stock	10 - 15	I
			2.2. Rotación de inventarios		
			2.3. Niveles de protección.		
			2.4 Recuentos		
		<b>COSTOS LOGÍSTICOS</b>	3.1. Costes de almacenaje	16 -20	K
			3.2. Costos de aprovisionamiento		
			3.3 Costos de adquisición		

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Ítems	ESCALA	
<b>VARIABLE Y: COMPETITIVIDAD</b>	La competitividad se relaciona con la capacidad de mejorar el nivel de vida de los habitantes, de incrementar la productividad, de poder penetrar el mercado global con buenos resultados (Padilla, 2006).	<b>NIVEL TECNOLÓGICO.</b>	1.1.Estrategia tecnológica.	21 - 26		
			1.2.Asimilación de tecnología			
			1.3.Mejora Continua			
			1.4.Adquisición y actualización tecnológica.			L
		<b>FUERZAS COMPETITIVAS</b>	2.1.Barreras de entrada	27 - 33		
			2.2.Intensidad de competidores.			I
			2.3.Poder de negociación de proveedores			K
			2.4.Poder de negociación de clientes.			E
		<b>ESTRATEGIAS COMPETITIVAS</b>	3.1 Liderazgo en costos.	34 - 40		
			3.2 Diferenciación			R
			3.3 Enfoque o concentración			T



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

#### **3.4.1 Técnicas a emplear.**

- Los cuestionarios serán aplicados personalmente a los encargados del área logística de las pequeñas empresas comerciales. La aplicación de la encuesta será en una sesión de 30 minutos como máximo.
- La prueba será aplicada en las instalaciones de cada empresa, la cual se iniciará dándoles las instrucciones, solicitándoles que respondan a todo el cuestionario. Para evitar el sesgo se enfatizará en que no hay respuestas correctas ni incorrectas.
- Cuando el personal termine la prueba se les ira revisando que todos los ítems hayan sido contestados.

#### **3.4.2 Descripción de instrumentos.**

##### **3.4.2.1 Escalas**

Las escalas se usan para conocer las opiniones de la persona encargada del área logística.

##### **3.4.2.2 Cuestionario**

Esta técnica se empleará para evaluar las variables.

### **3.5 Técnicas para el procesamiento de datos.**

Básicamente el estudio comprende tres etapas:

Primera, destinada a la recolección de información general, revisión rápida de estudios realizados, textos, publicaciones oficiales, informes estadísticos, búsquedas por internet de publicaciones electrónicas, visitas a bibliotecas de instituciones relacionadas con el tema.

Segunda, consistirá en la preparación de materiales para la recopilación de datos en el campo. Entre estas el diseño, elaboración del instrumento y aplicación de la encuesta.

Tercera, consistirá en el procesamiento, interpretación de los datos recopilados y finalmente las conclusiones.

Se empleará el procesador Statistical Package of Social Sciences (SPSS versión 25), versión en español, con ayuda del EXCEL 2010 para la tabulación de los datos. Se confeccionará una base de datos realizándose análisis estadístico descriptivo con medida de tendencia central (media) y medidas de dispersión (desviación estándar).

Para la prueba de hipótesis se utilizará el estadístico R de Spearman.

**a. Descriptiva**

Permitirá recopilar, clasificar, analizar e interpretar los datos de los ítems referidos en los cuestionarios. Se empleará las medidas de tendencia central y de dispersión.

Luego de la recolección de datos, se procedió al procesamiento de la información, con la elaboración de cuadros y gráficos estadísticos, se utilizará para ello el SPSS, para hallar resultados de la aplicación de los cuestionarios

- Análisis descriptivo por variables y dimensiones con tablas de frecuencias y gráficos.

**b. Inferencial**

Proporcionará la teoría necesaria para inferir o estimar la generalización o toma de decisiones sobre la base de la información parcial mediante técnicas descriptivas.

Se someterá a prueba:

- La hipótesis central
- La hipótesis específicas

Se hallará el coeficiente de correlación de Spearman, que es una medida para calcular la correlación (la asociación o interdependencia) entre dos variables aleatorias continuas.

### c. Confiabilidad del instrumento

Para dicha confiabilidad se usó el alfa de Cronbach.

George y Mallery (2003, p. 231) sugieren como criterio general las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa  $> 0.9$  es excelente
- Coeficiente alfa  $> 0.8$  es bueno
- Coeficiente alfa  $> 0.7$  es aceptable
- Coeficiente alfa  $< 0.6$  es cuestionable
- Coeficiente alfa  $< 0.5$  es pobre

Luego de aplicar el software SPSS para obtener el alfa de Cronbach, se obtuvo lo siguiente:

Alfa de Cronbach	N de elementos
,850	40

Conclusión: La confiabilidad del instrumento según la escala de George es bueno porque el coeficiente de Alfa de Cronbach es 0,850

## CAPITULO IV: RESULTADOS.

### 4.1 Análisis de resultados.

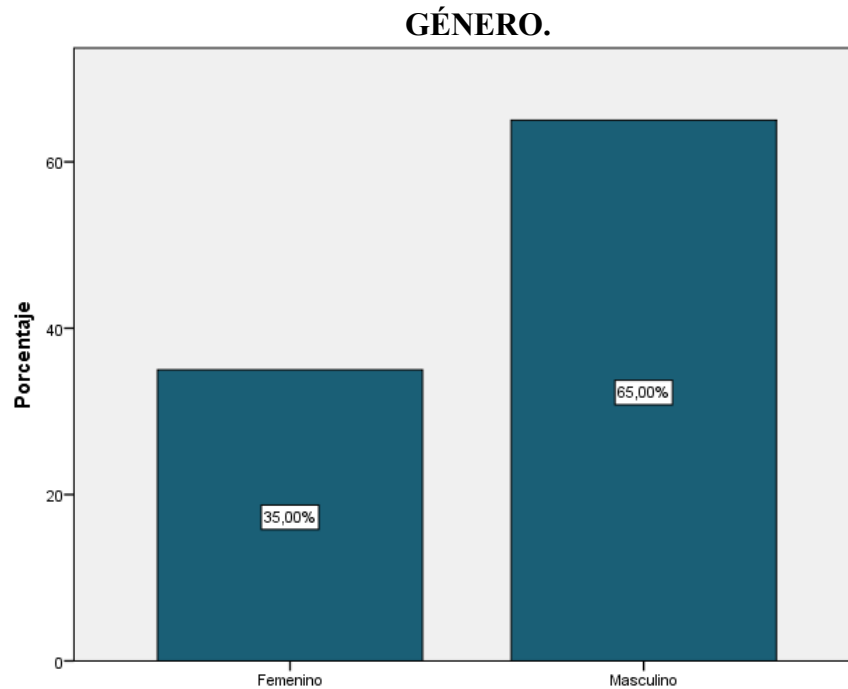
#### 4.1.1 Resultados de información socio-demográfica.

**Tabla 4: Resultados de género.**

		<b>Genero</b>			
Válido		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Femenino	28	35,0	35,0	35,0
	Masculino	52	65,0	65,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

**Gráfico N. ° 1**



Fuente: Elaboración propia.

#### **Interpretación:**

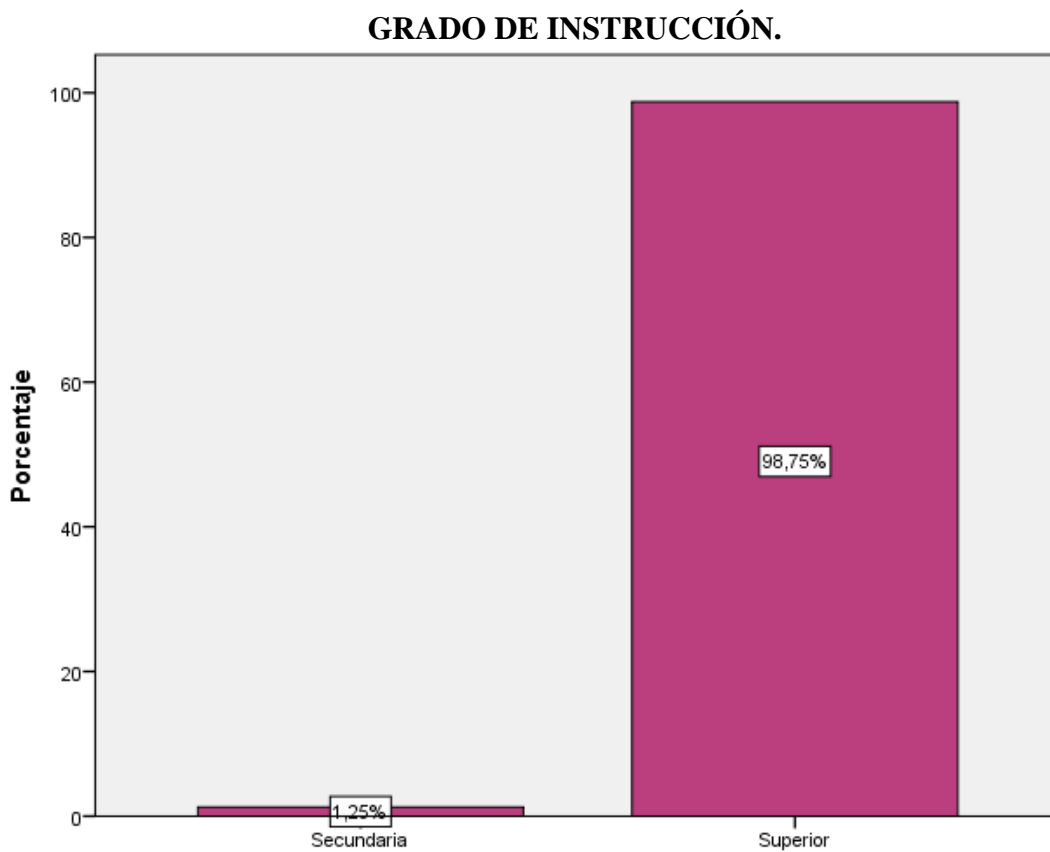
De acuerdo al gráfico apreciamos que de las 80 empresas encuestadas el 65% de los encargados del área logística son de género masculino y el 35% son de género femenino.

**Tabla 5: Resultados sobre grado de instrucción.**

		<b>Grado de estudios</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Secundaria	1	1,25	1,25	1,25
	Superior	79	98,75	98,75	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 2**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

De acuerdo al gráfico apreciamos que de las 80 empresas encuestadas el 98,75% de los encargados del área logística tienen grado de instrucción superior y el 1,25% tiene grado de instrucción secundaria.

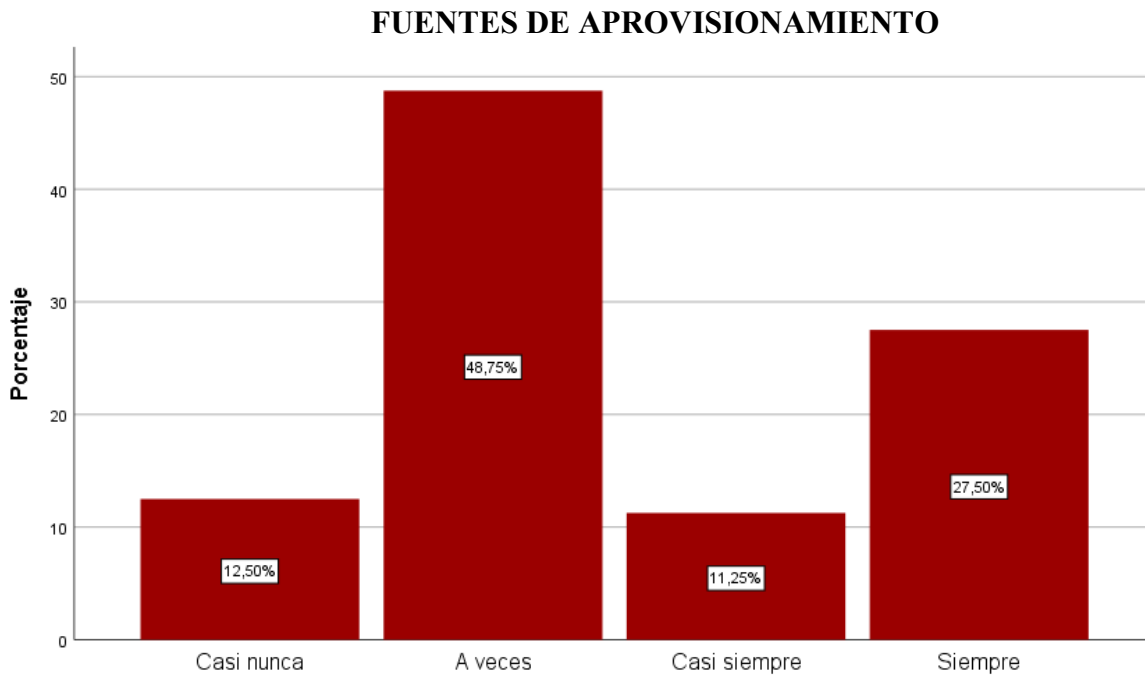
#### 4.1.2 Resultados de información de la variable gestión logística.

**Tabla 6: Resultados sobre fuentes de aprovisionamiento.**

		<b>FUENTES DE APROVISIONAMIENTO</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	10	12,5	12,5	12,5
	A veces	39	48,75	48,75	61,25
	Casi siempre	9	11,25	11,25	72,5
	Siempre	22	27,5	27,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 3**



Fuente: Elaboración propia.

#### **Interpretación:**

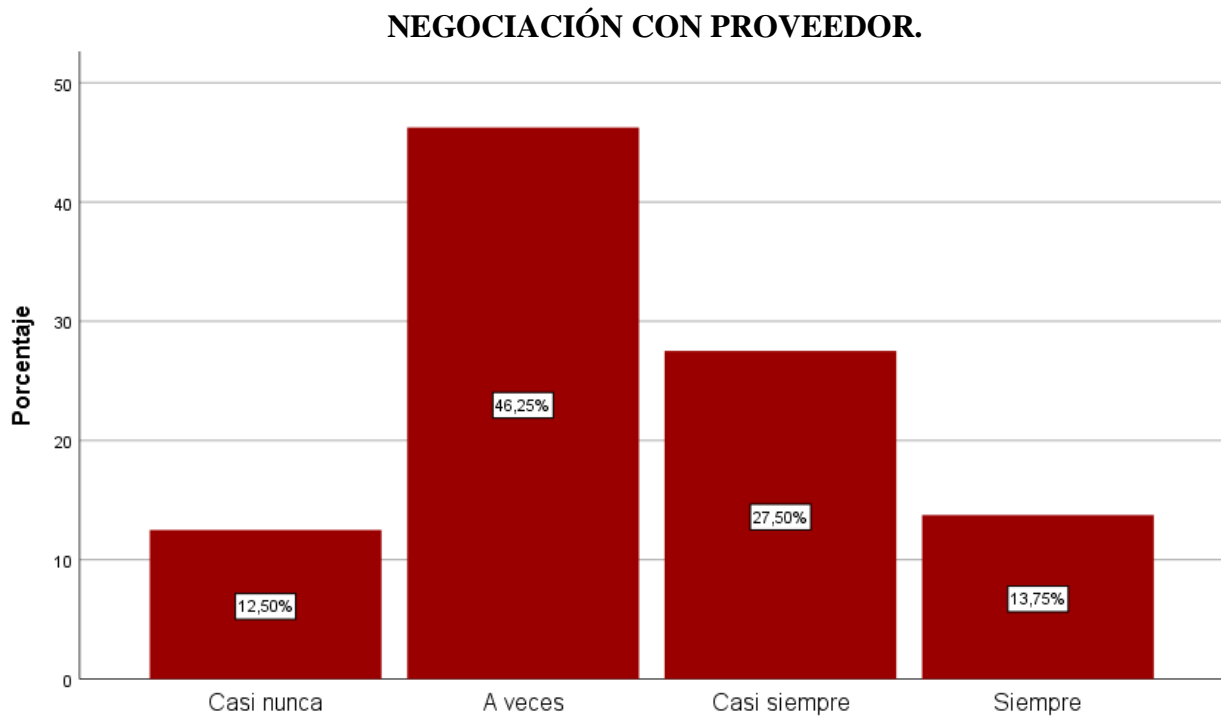
El gráfico de barras muestra que el 48,75% de empresas encuestadas a veces buscan otras fuentes de aprovisionamiento, mientras que el 27,5% siempre busca otras fuentes de aprovisionamiento, por otro lado, un 12,5% casi nunca busca otras fuentes de aprovisionamiento y finalmente un 11,25% casi siempre lo hace.

**Tabla 7: Resultados sobre negociación con proveedor.**

<b>NEGOCIACIÓN CON PROVEEDOR</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	10	12,5	12,5	12,5
	A veces	37	46,25	46,25	58,75
	Casi siempre	22	27,5	27,5	86,25
	Siempre	11	13,75	13,75	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 4**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

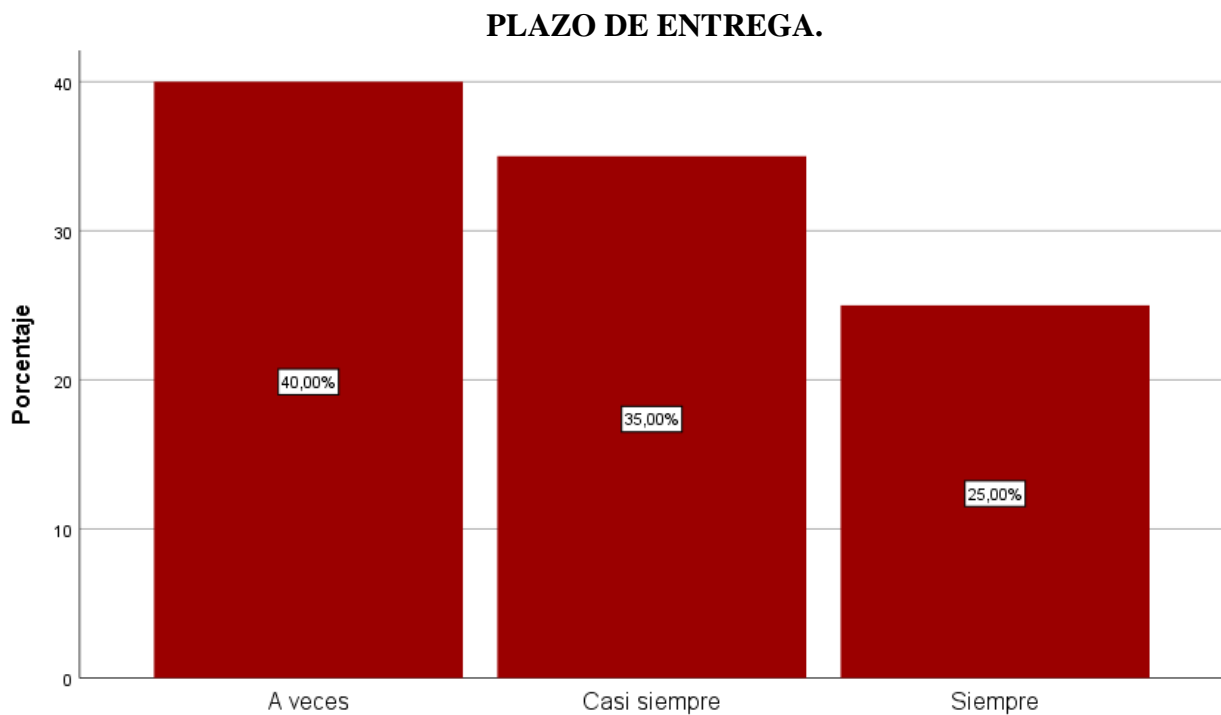
De acuerdo al gráfico apreciamos que de las 80 empresas encuestadas el 46,25% a veces negocia con su proveedor, mientras el 27,5% casi siempre lo hace, por otro lado, un 13,75% siempre negocia con su proveedor, y finalmente un 12,50% casi nunca lo hace.

**Tabla 8: Resultados sobre plazo de entrega.**

		<b>PLAZO DE ENTREGA</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	32	40,0	40,0	40,0
	Casi siempre	28	35,0	35,0	75,0
	Siempre	20	25,0	25,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 5**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

De acuerdo al gráfico apreciamos que de las 80 empresas encuestadas el 40% a veces considera el plazo de entrega de sus proveedores, mientras que el 35% casi siempre lo considera y finalmente un 25% siempre considera el plazo de entrega de su proveedor.

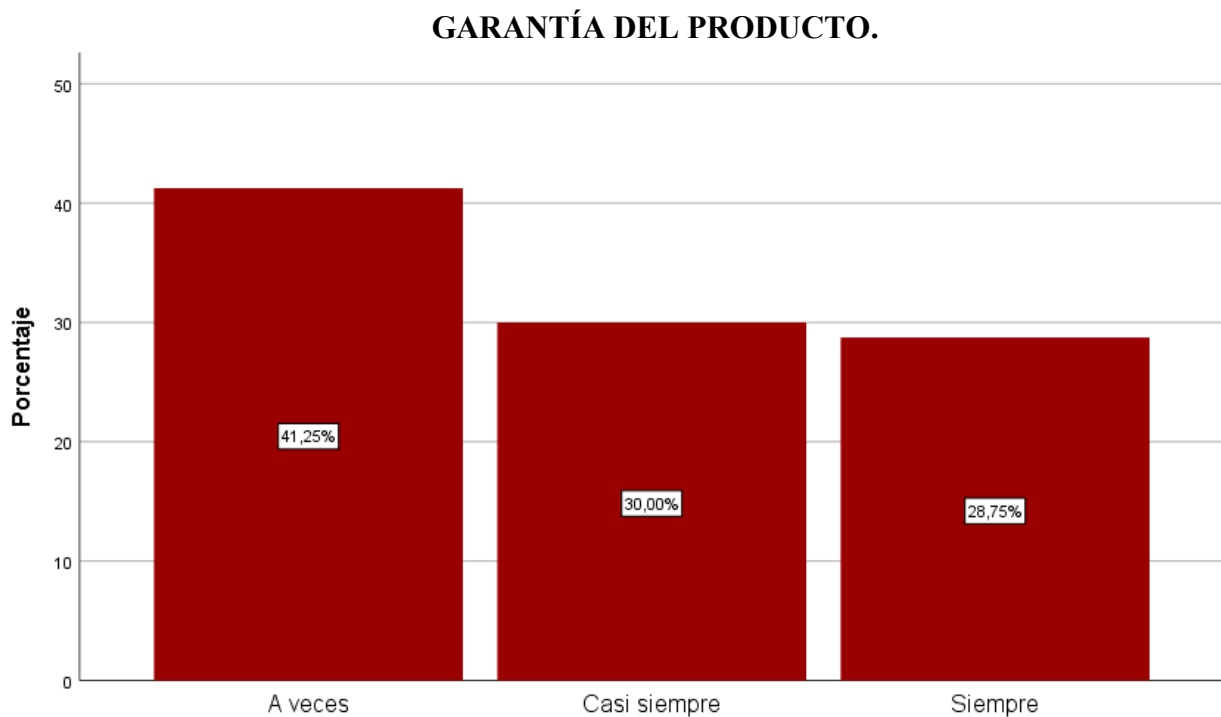


**Tabla 9: Resultados sobre garantía del producto.**

		<b>GARANTÍA DEL PRODUCTO</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A veces	33	41,25	41,25	41,25
	Casi siempre	24	30,0	30,0	71,25
	Siempre	23	28,75	28,75	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 6**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

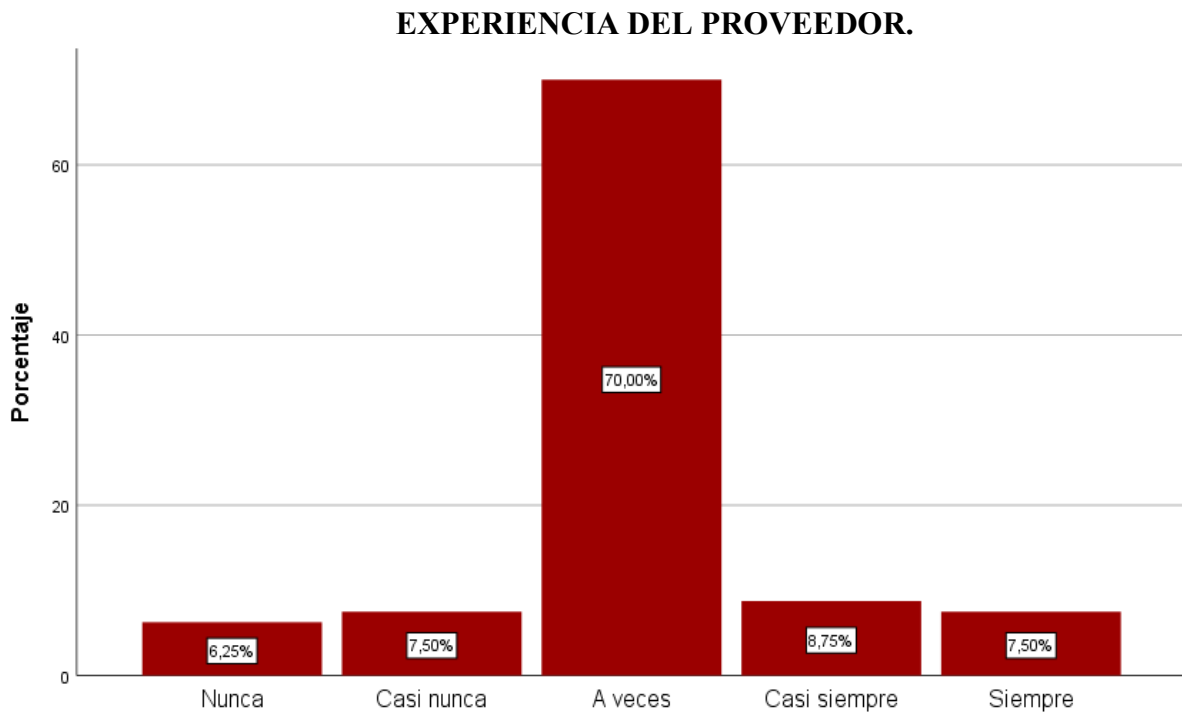
El gráfico de barras muestra que el 41,25% a veces considera la garantía del producto en la evaluación de proveedor, mientras un 30% lo considera casi siempre, y finalmente un 28,75 % siempre considera la garantía del producto que le ofrece su proveedor.

**Tabla 10: Resultados sobre experiencia del proveedor.**

		<b>EXPERIENCIA DEL PROVEEDOR</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	6,25	6,25	6,25
	Casi nunca	6	7,5	7,5	13,75
	A veces	56	70,0	70,0	83,75
	Casi siempre	7	8,75	8,75	92,5
	Siempre	6	7,5	7,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 7**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

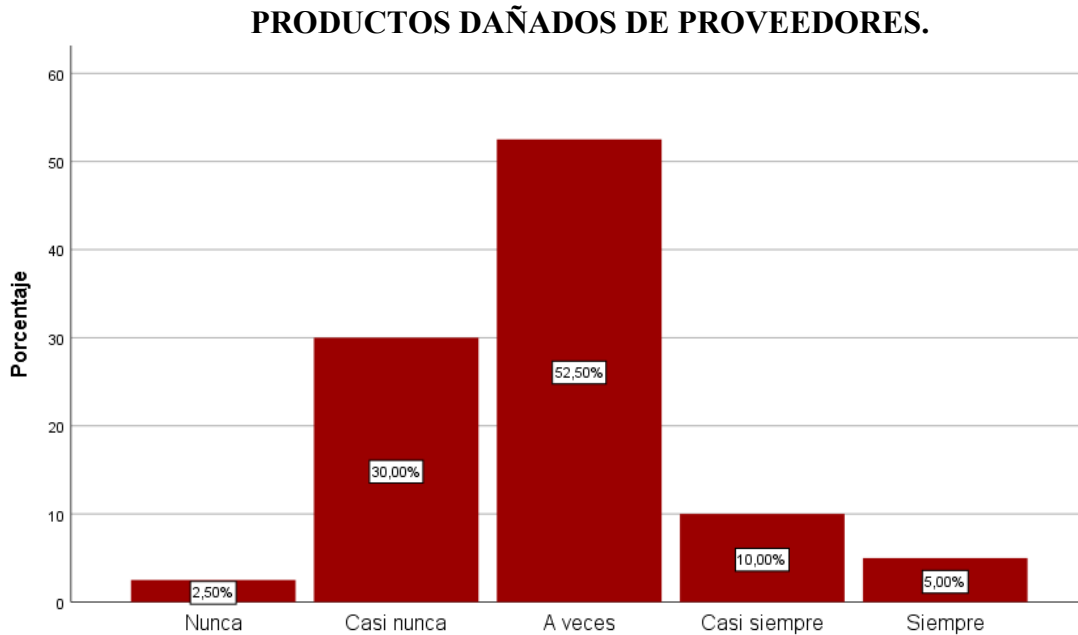
De acuerdo al gráfico apreciamos que de las 80 empresas encuestadas el 70% a veces considera la experiencia del proveedor en su evaluación, un 8,75% casi siempre lo hace, mientras que el 7,5% siempre lo hace, por otro lado, un 7,5% casi nunca, y finalmente un 6,25% nunca considera la experiencia del proveedor en su evaluación.

**Tabla 11: Resultados sobre productos dañados de proveedores.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	24	30,0	30,0	32,5
	A veces	42	52,5	52,5	85,0
	Casi siempre	8	10,0	10,0	95,0
	Siempre	4	5,0	5,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 8**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

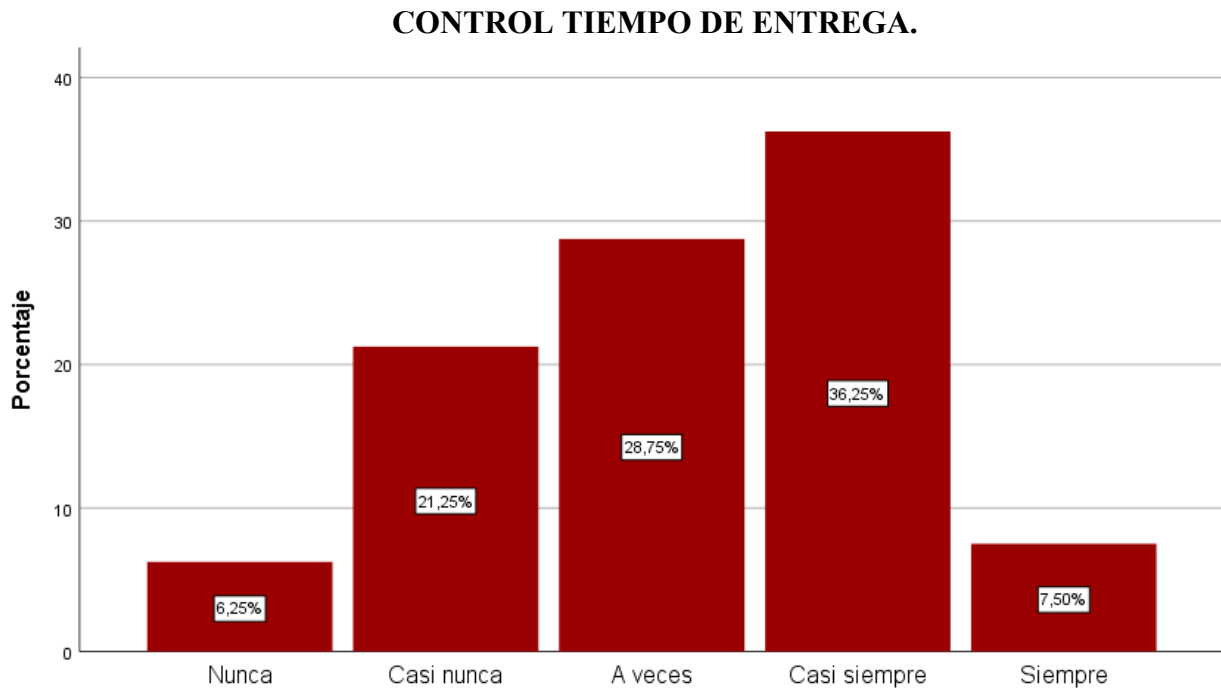
De acuerdo al gráfico apreciamos que de las 80 empresas encuestadas el 52,5% a veces su proveedor le entrega productos dañados o deteriorados, a un 30% casi nunca le entregan productos dañados o deteriorados, mientras que al 10% casi siempre le entregan, por otro lado, al 5 % siempre le entregan productos dañados y finalmente al 2,5% nunca le entregan productos dañados o deteriorados.

**Tabla 12: Resultados sobre control tiempo de entrega.**

		<b>CONTROL TIEMPO DE ENTREGA.</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	6,25	6,25	6,25
	Casi nunca	17	21,25	21,25	27,5
	A veces	23	28,75	28,75	56,25
	Casi siempre	29	36,25	36,25	92,5
	Siempre	6	7,5	7,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 9**



Fuente: Elaboración propia.

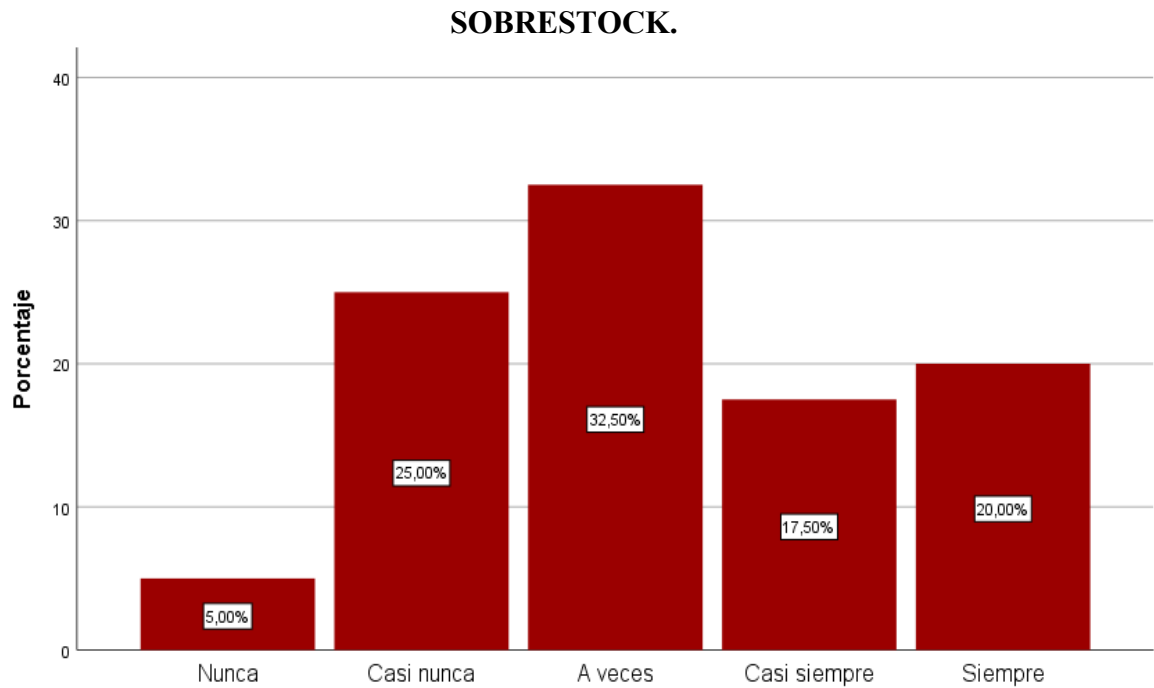
**Interpretación:** De acuerdo al gráfico apreciamos que, de las 80 empresas encuestadas, el 36,25% casi siempre controla el tiempo de entrega de sus proveedores, un 28,75% a veces lo controla, mientras que el 21,25% casi nunca lo controla, por otro lado, un 7,5% siempre lo hace y finalmente un 6,25% nunca controla el tiempo de entrega de sus proveedores.

**Tabla 13: Resultados de sobrestock.**

<b>SOBRE STOCK.</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	20	25,0	25,0	30,0
	A veces	26	32,5	32,5	62,5
	Casi siempre	14	17,5	17,5	80,0
	Siempre	16	20,0	20,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 10**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

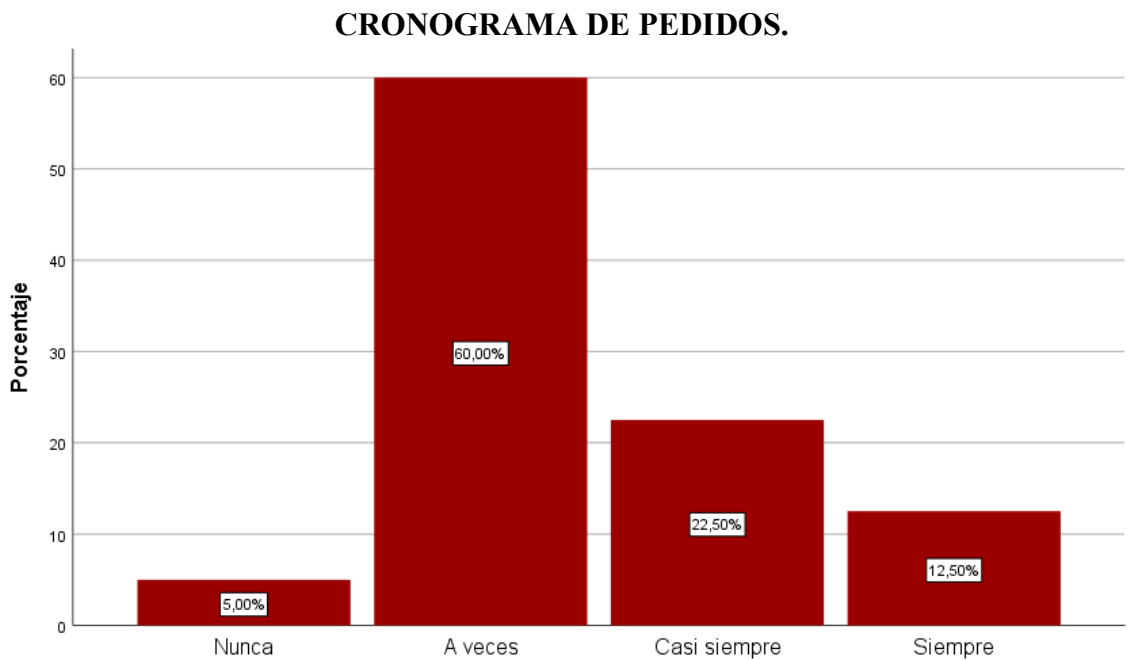
De acuerdo al gráfico apreciamos que de las 80 empresas encuestadas el 32,5% a veces tiene sobre stock en sus productos, mientras que el 25% casi nunca lo tiene, por otro lado, un 20% siempre, un 17,5 % casi siempre lo tiene y finalmente un 5% nunca.

**Tabla 14: Resultado sobre cronograma de pedidos.**

		<b>CRONOGRAMA DE PEDIDOS</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	5,0	5,0	5,0
	A veces	48	60,0	60,0	65,0
	Casi siempre	18	22,5	22,5	87,5
	Siempre	10	12,5	12,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 11**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

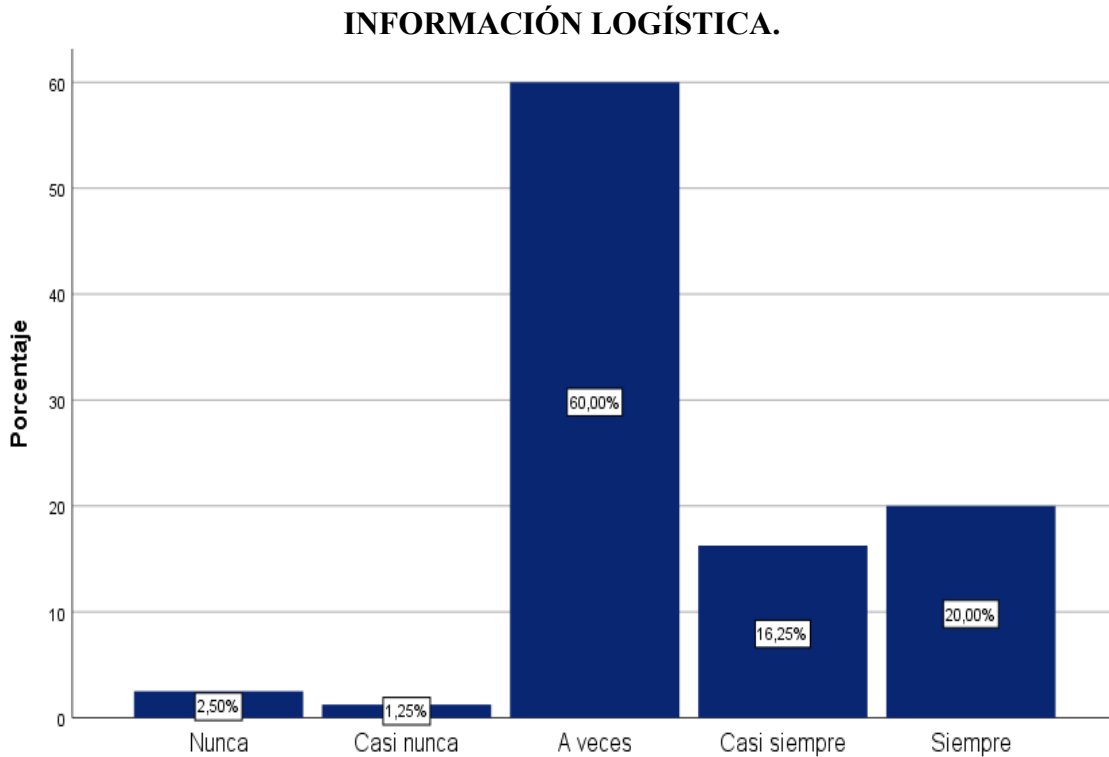
De acuerdo al gráfico apreciamos que de las 80 empresas encuestadas el 60% a veces cuenta con un cronograma de pedidos, mientras que el 22,5% casi siempre lo tiene, por otro lado, un 12,5% casi siempre cuenta con uno, y finalmente un 5% nunca lo tiene.

**Tabla 15: Resultados sobre información logística.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	1	1,25	1,25	3,75
	A veces	48	60,0	60,0	63,75
	Casi siempre	13	16,25	16,25	80,0
	Siempre	16	20,0	20,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 12**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

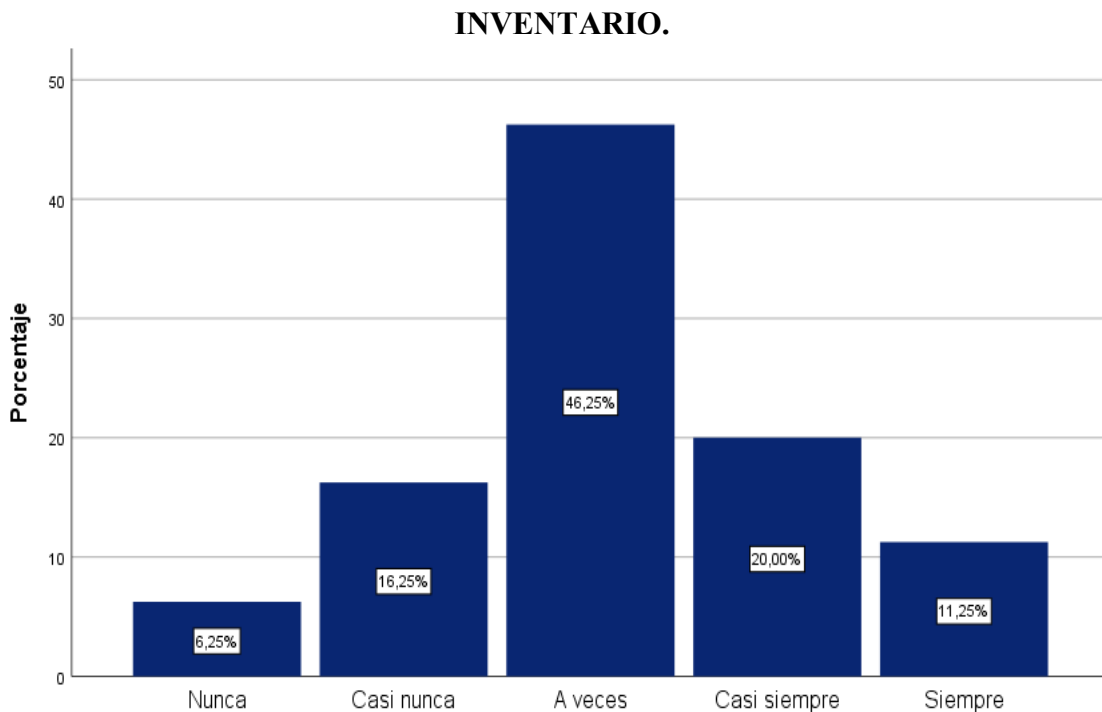
El gráfico de barras muestra que el 60% a veces cuenta con información, el 20% siempre cuenta con información disponible, mientras que el 16,25% casi siempre, por otro lado, un 2,5% nunca lo tiene y finalmente un 1,25% casi nunca cuenta con información.

**Tabla 16: Resultados sobre inventario.**

		<b>INVENTARIO</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	6,25	6,25	6,25
	Casi nunca	13	16,25	16,25	22,5
	A veces	37	46,25	46,25	68,75
	Casi siempre	16	20,0	20,0	88,75
	Siempre	9	11,25	11,25	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 13**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

El gráfico de barras muestra que el 46,25% de las empresas encuestadas a veces cuentan con un software de inventario, el 20% casi siempre cuenta con un software de inventario, mientras que el 16,25% casi nunca, por otro lado, un 11,25% siempre cuenta con un software de inventario y finalmente un 6,25% nunca tiene un inventario.

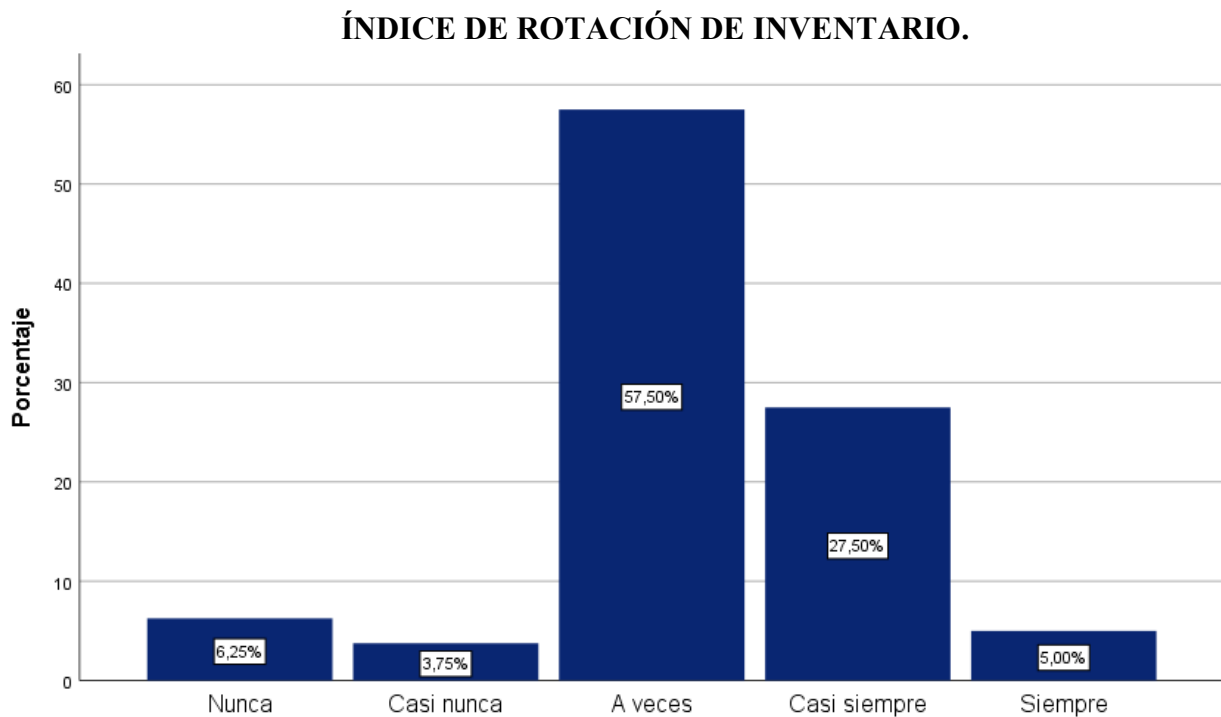


**Tabla 17: Resultados sobre índice de rotación de inventario.**

		<b>ÍNDICE DE ROTACIÓN DE INVENTARIO</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	6,25	6,25	6,25
	Casi nunca	3	3,75	3,75	10,0
	A veces	46	57,5	57,5	67,5
	Casi siempre	22	27,5	27,5	95,0
	Siempre	4	5,0	5,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 14**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

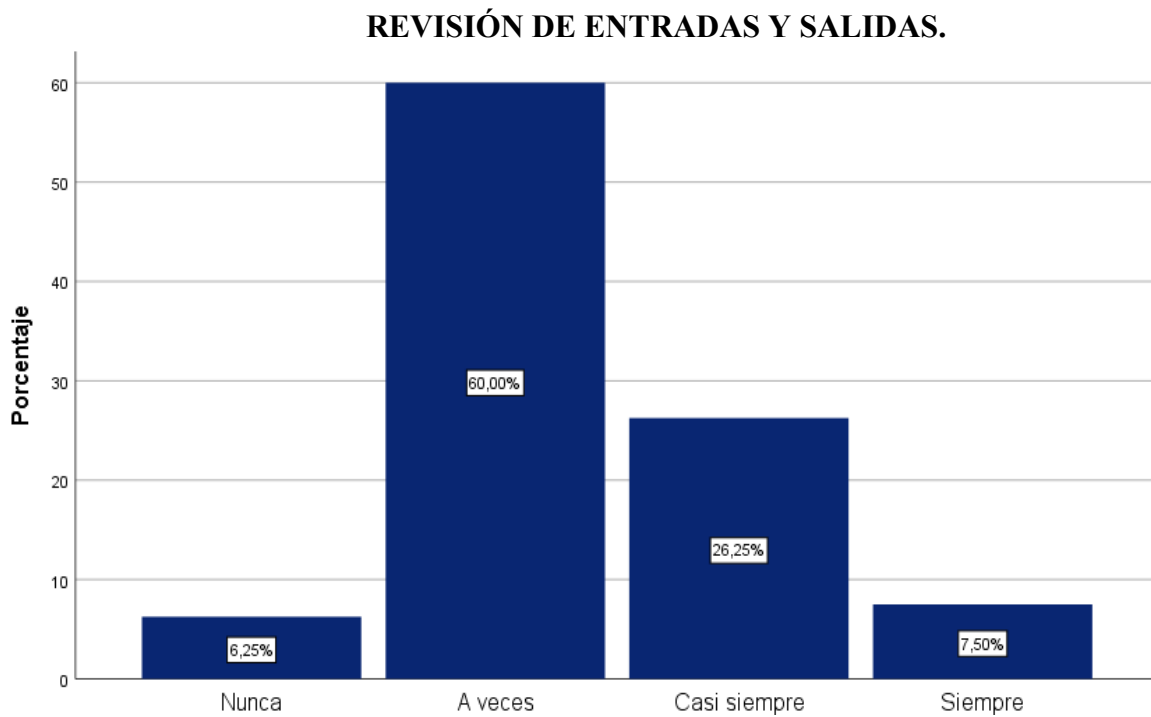
El gráfico de barras muestra que el 57,5% a veces sabe cuántas veces compra un producto cada tres meses, un 27,5 casi siempre lo sabe, mientras un 6,25% nunca lo sabe, por otro lado, un 5% lo sabe siempre y finalmente un 3,75% casi nunca lo sabe.

**Tabla 18: Resultados sobre revisión de entradas y salidas.**

		<b>REVISIÓN DE ENTRADAS Y SALIDAS</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	5	6,25	6,25	6,25
	A veces	48	60,0	60,0	66,25
	Casi siempre	21	26,25	26,25	92,5
	Siempre	6	7,5	7,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 15**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

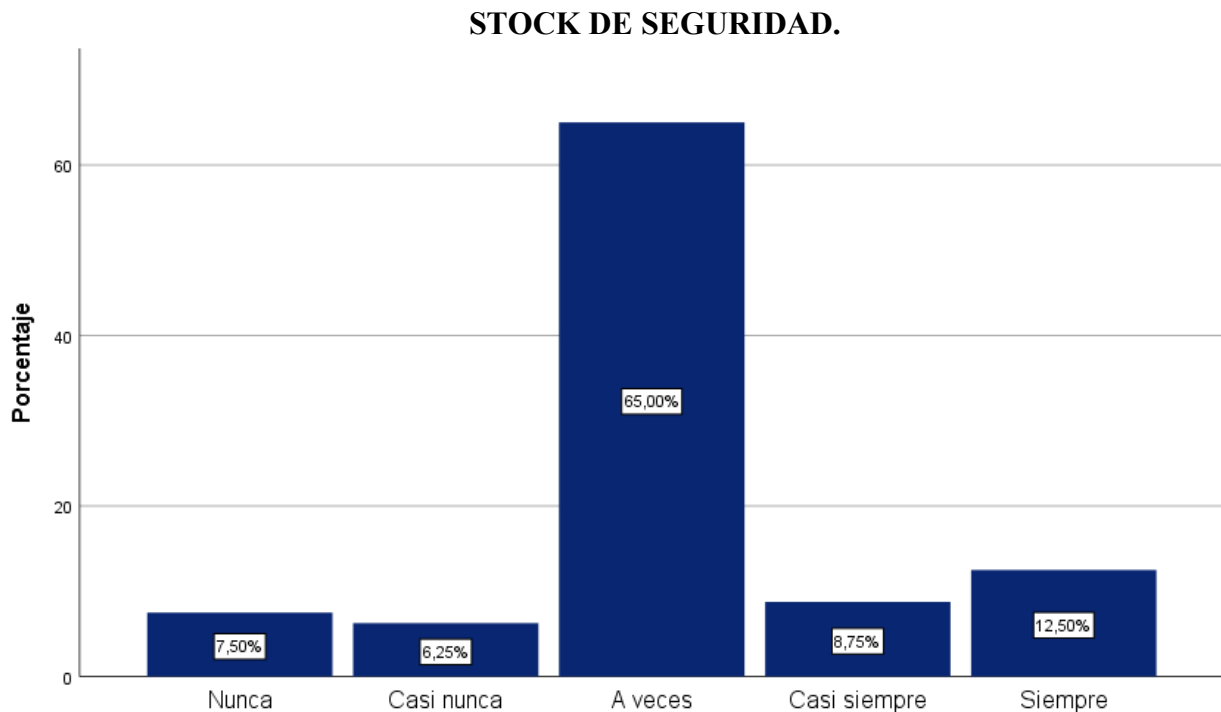
El gráfico de barras muestra que el 60% a veces hace revisión de sus entradas y salidas, mientras el 26,25% casi siempre lo hace, por otro lado, un 7,5% siempre lo hace y finalmente un 6,25% nunca lo hace.

**Tabla 19: Resultados sobre stock de seguridad.**

		<b>STOCK DE SEGURIDAD</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	6	7,5	7,5	7,5
	Casi nunca	5	6,25	6,25	13,75
	A veces	52	65,0	65,0	78,75
	Casi siempre	7	8,75	8,75	87,5
	Siempre	10	12,5	12,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 16**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

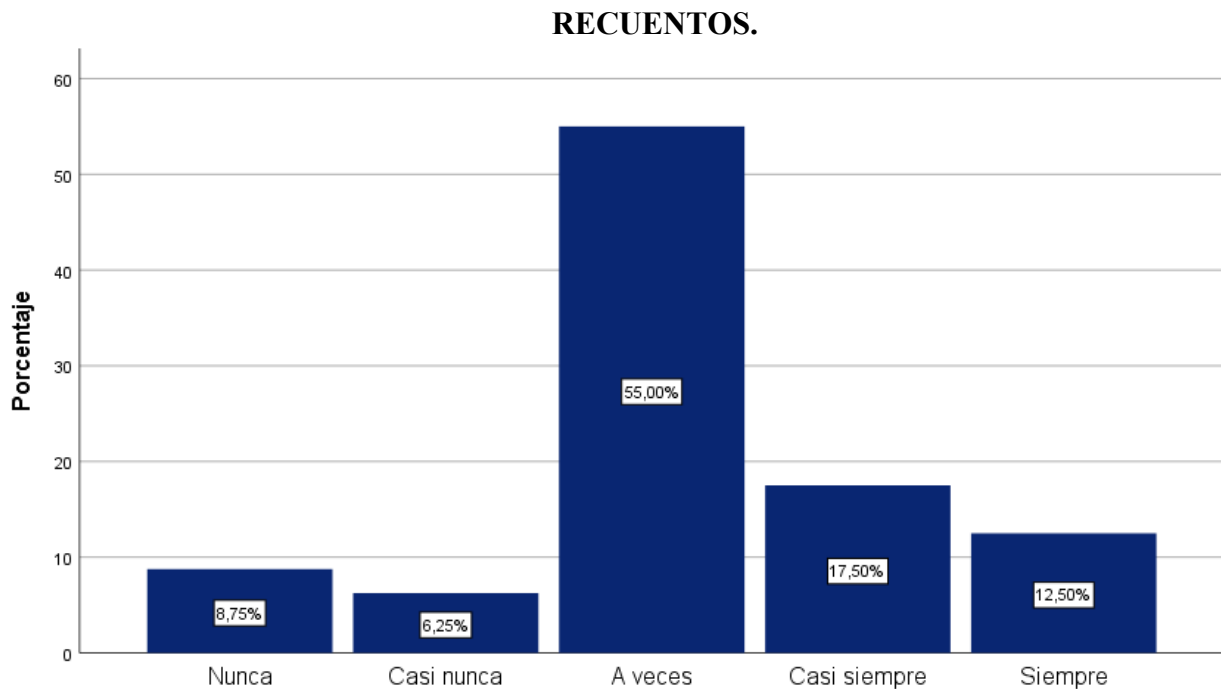
El gráfico de barras muestra que el 65% a veces tiene stock de seguridad, el 12,5% siempre lo tiene, mientras un 8,75% casi siempre cuenta con stock de seguridad, por otro lado, un 7,5% nunca lo tiene y finalmente un 6,25% casi nunca tiene stock de seguridad.

**Tabla 20: Resultados sobre recuentos.**

		<b>RECUEENTOS</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	8,75	8,75	8,75
	Casi nunca	5	6,25	6,25	15,0
	A veces	44	55,0	55,0	70,0
	Casi siempre	14	17,5	17,5	87,5
	Siempre	10	12,5	12,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 17**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

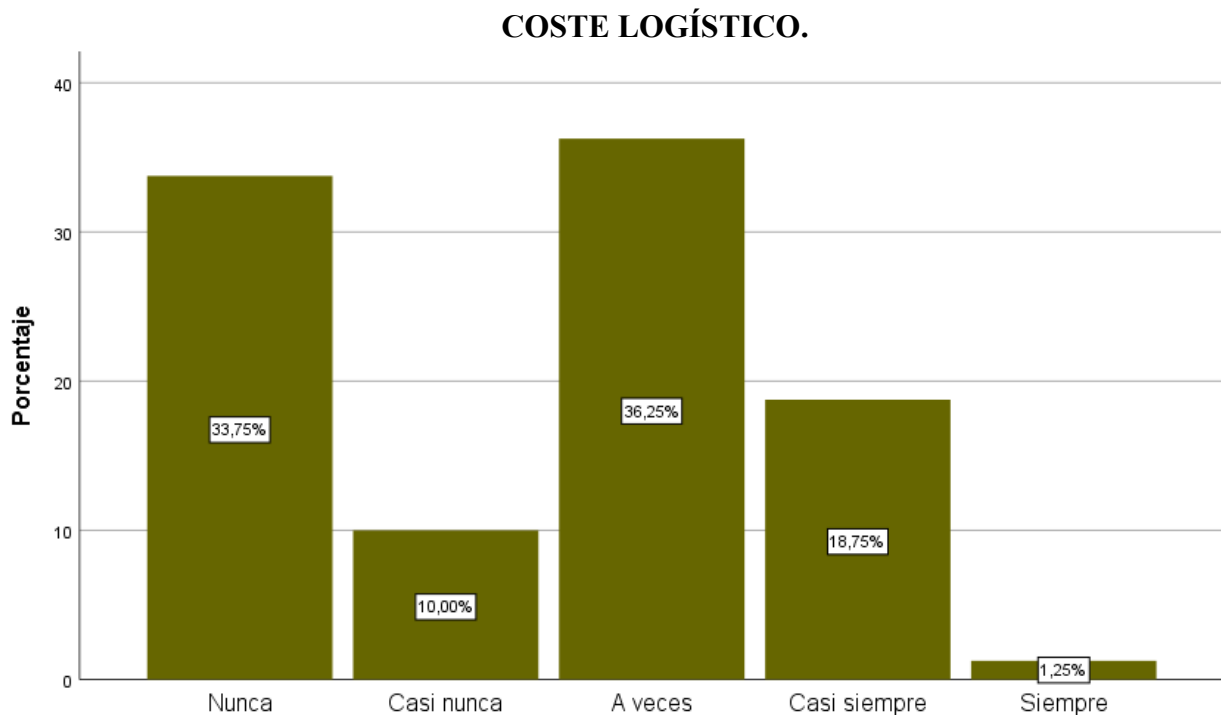
El gráfico de barras muestra que el 55% a veces hace recuentos, el 17,5% casi siempre lo hace, mientras un 12,5% hace recuentos siempre, por otro lado, un 8,75% nunca hace recuentos y finalmente un 6,25% casi nunca hace recuentos.

**Tabla 21: Resultados sobre coste logístico.**

		<b>COSTE LOGÍSTICO.</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	27	33,75	33,75	33,75
	Casi nunca	8	10,0	10,0	43,75
	A veces	29	36,25	36,25	80,0
	Casi siempre	15	18,75	18,75	98,75
	Siempre	1	1,25	1,25	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 18**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

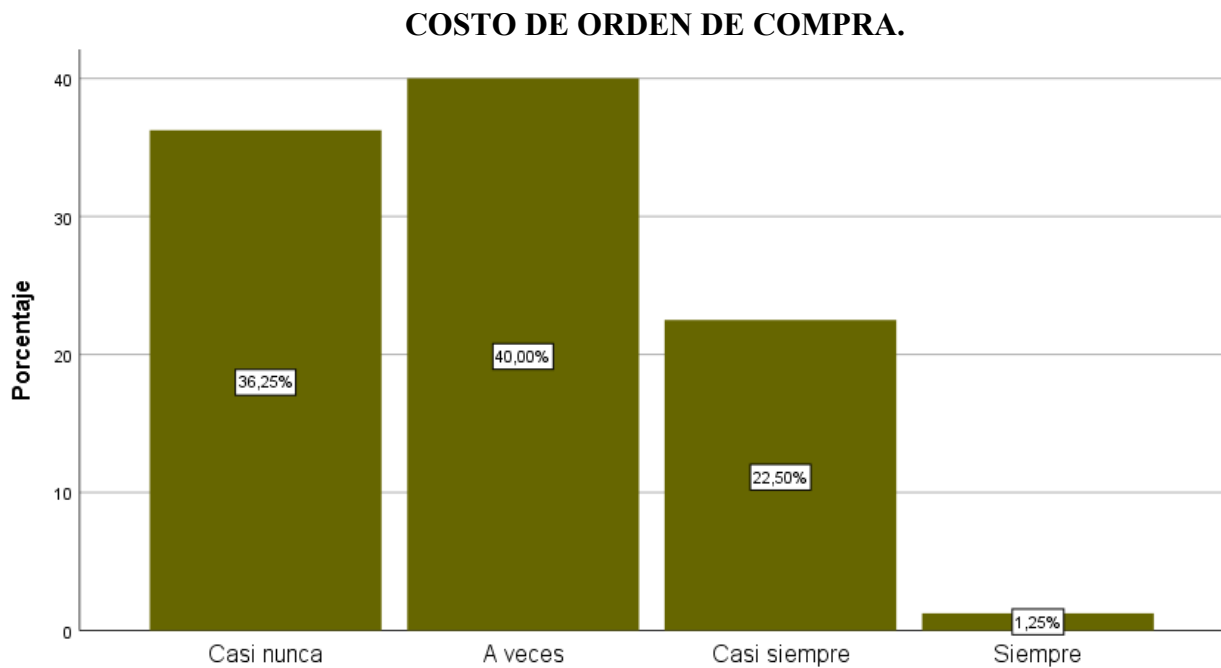
El gráfico de barras muestra que el 35,25% a veces mide y controla sus costes logísticos, un 33,75 % nunca lo hace, mientras un 18,75% casi siempre controla sus costes logísticos, por otro lado, un 10 % casi nunca lo hace y finalmente un 1,25% siempre mide y controla sus costes logísticos.

**Tabla 22: Resultados sobre costo de orden de compra.**

<b>COSTO DE ORDEN DE COMPRA</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	29	36,25	36,25	36,25
	A veces	32	40,0	40,0	76,25
	Casi siempre	18	22,5	22,5	98,75
	Siempre	1	1,25	1,25	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 19**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

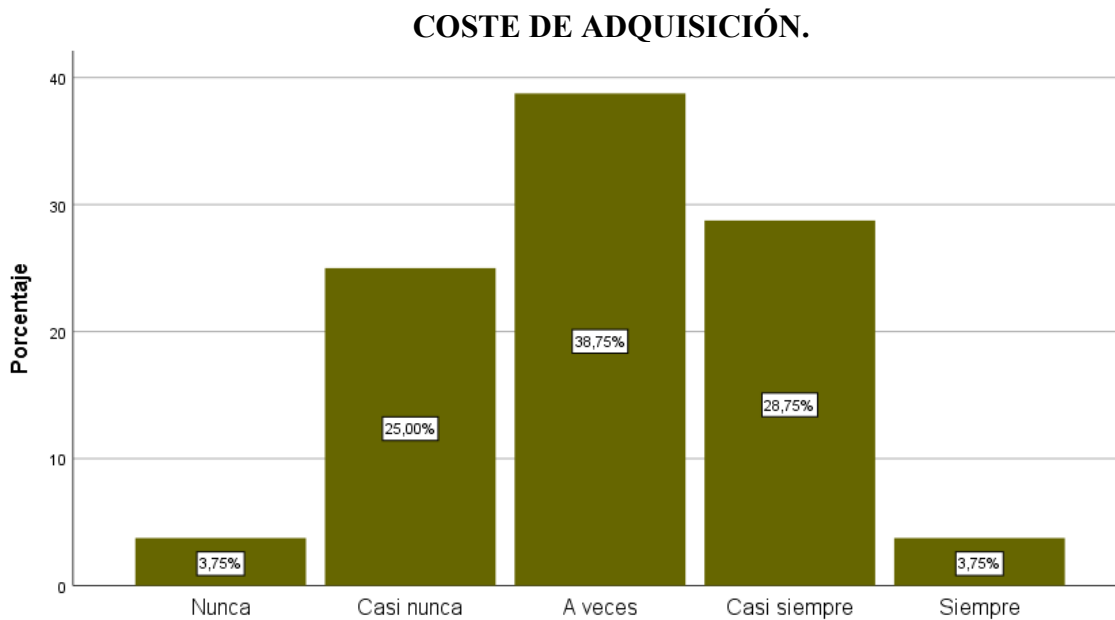
El gráfico de barras muestra que el 40% a veces considera el costo de orden de compra, mientras un 36,25% casi nunca lo hace, por otro lado, un 22,5% casi siempre controla sus costos de orden y finalmente un 1,25% siempre lo hace.

**Tabla 23: Resultados sobre coste de adquisición.**

		<b>COSTE DE ADQUISICIÓN</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	3,75	3,75	3,75
	Casi nunca	20	25,0	25,0	28,75
	A veces	31	38,75	38,75	67,5
	Casi siempre	23	28,75	28,75	96,25
	Siempre	3	3,75	3,75	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 20**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

El gráfico de barras muestra que un 38,75% a veces mide y controla sus costes de adquisición, un 28,75% casi siempre lo hace, mientras un 25% casi nunca lo hace, por otro lado, un 3,75% nunca lo hace y finalmente el 3,75% siempre lo mide.

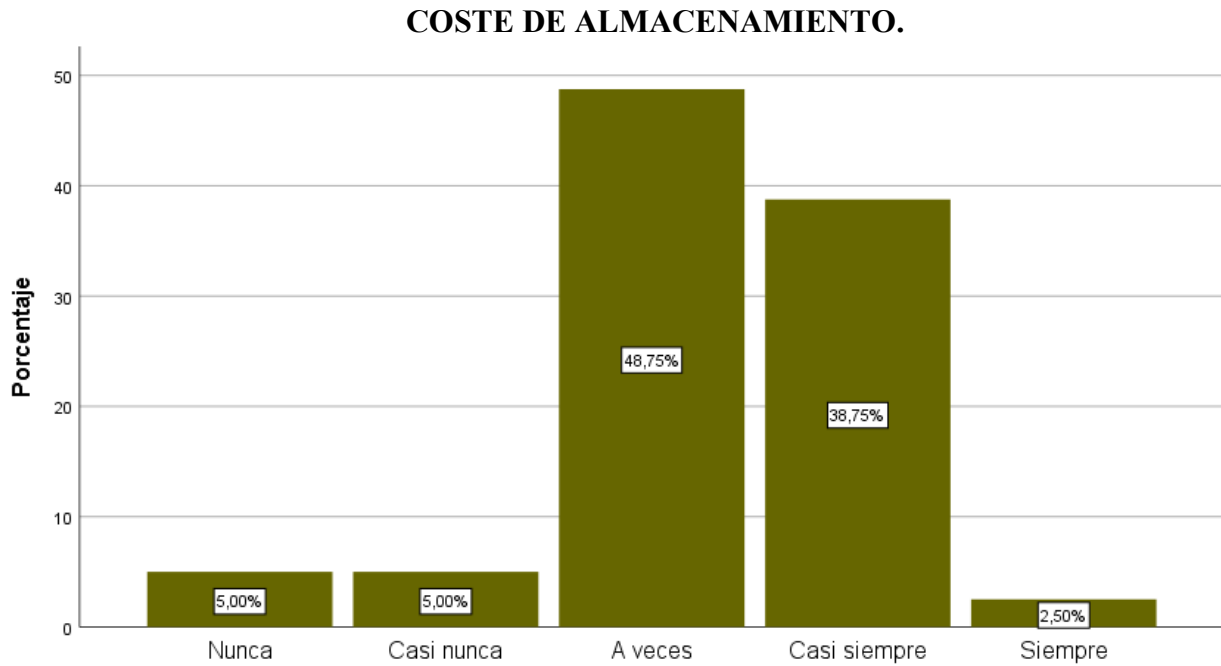
**Tabla 24: Resultados sobre costo de almacenamiento.**

**COSTE DE ALMACENAMIENTO.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	4	5,0	5,0	10,0
	A veces	39	48,75	48,75	58,75
	Casi siempre	31	38,75	38,75	97,5
	Siempre	2	2,5	2,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 21**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

El gráfico de barras muestra que el 48,75% a veces mide y controla sus costes de almacenamiento, un 38,75% lo hace casi siempre, mientras que un 5% nunca lo hace, por otro lado, un 5% manifiesta que casi nunca lo hace, y finalmente un 2,5% siempre mide y controla sus costes de almacenamiento.

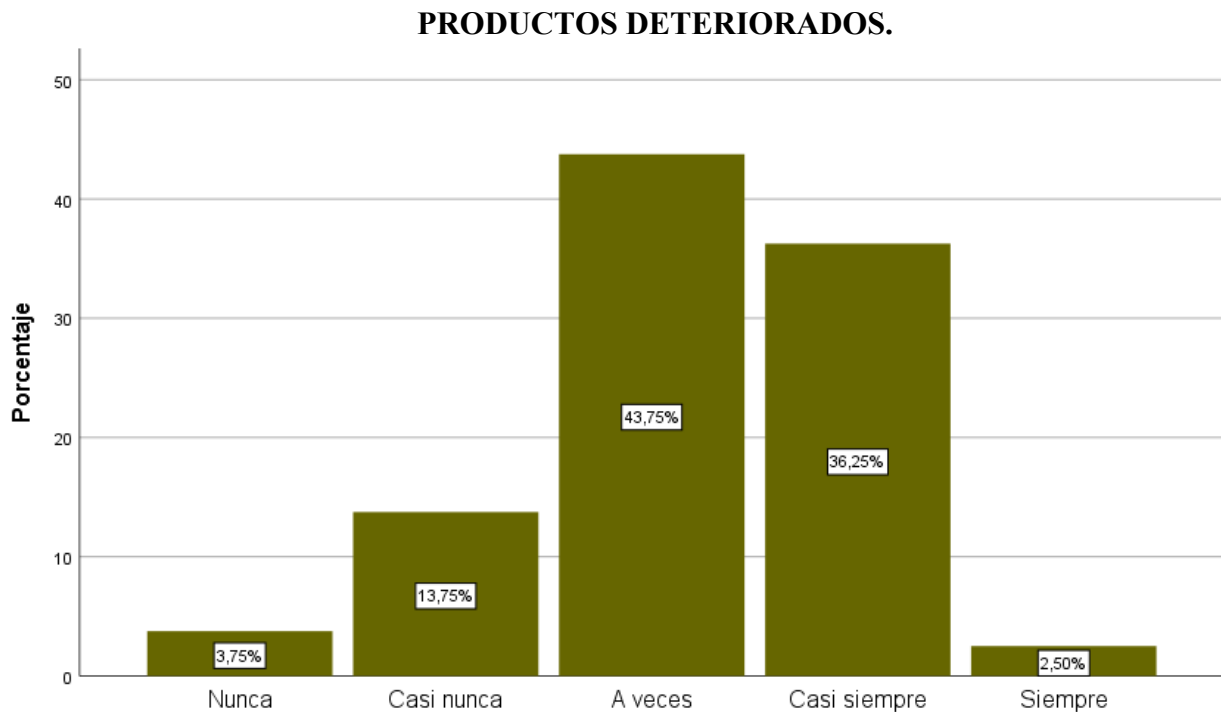


**Tabla 25: Resultados sobre productos deteriorados.**

		<b>PRODUCTOS DETERIORADOS</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	3,75	3,75	3,75
	Casi nunca	11	13,75	13,75	17,5
	A veces	35	43,75	43,75	61,25
	Casi siempre	29	36,25	36,25	97,5
	Siempre	2	2,5	2,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 22**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

El gráfico de barras muestra que el 43,75% a veces encuentra productos deteriorados en su almacén, un 36,25% casi siempre los encuentra, mientras que el 13,75% casi nunca encuentra esos productos dentro de su almacén, por otro lado, un 3,75% nunca encuentra productos deteriorados en su almacén, y finalmente muestra que un 2,5% siempre tiene.

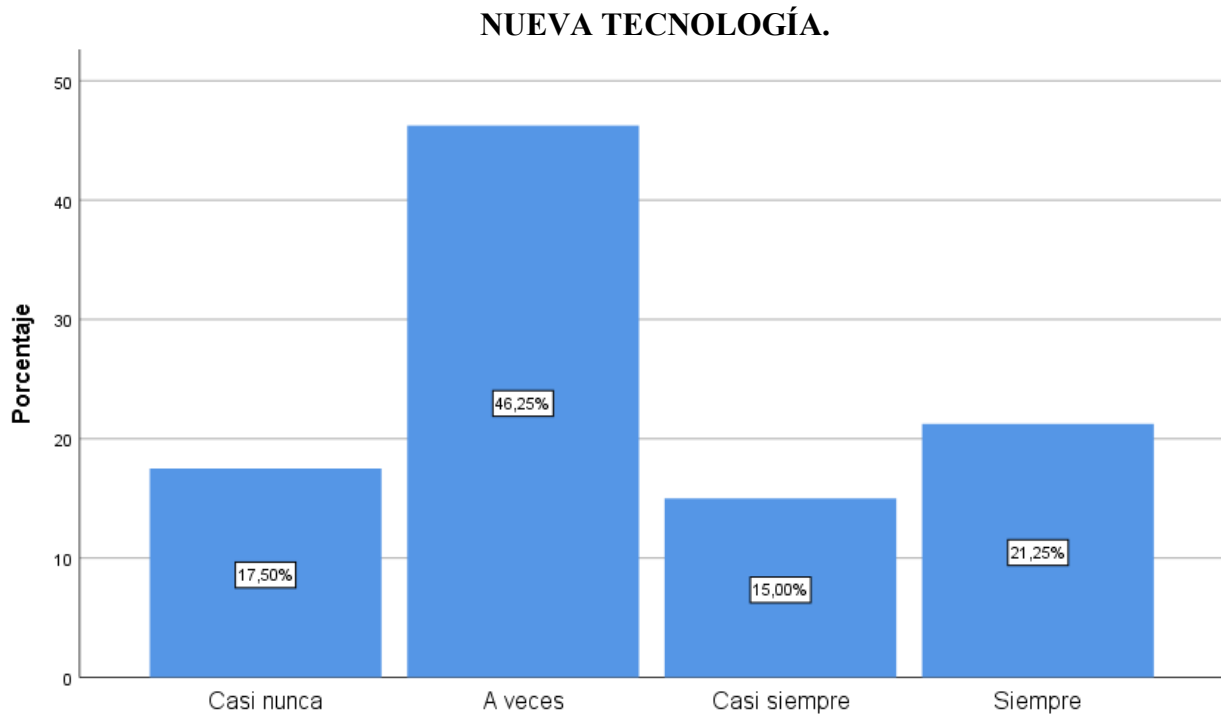
### 4.1.3 Resultados de información de la variable competitividad.

**Tabla 26: Resultados sobre nueva tecnología**

		NUEVA TECNOLOGÍA			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	14	17,5	17,5	17,5
	A veces	37	46,25	46,25	63,75
	Casi siempre	12	15,0	15,0	78,75
	Siempre	17	21,25	21,25	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 23**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

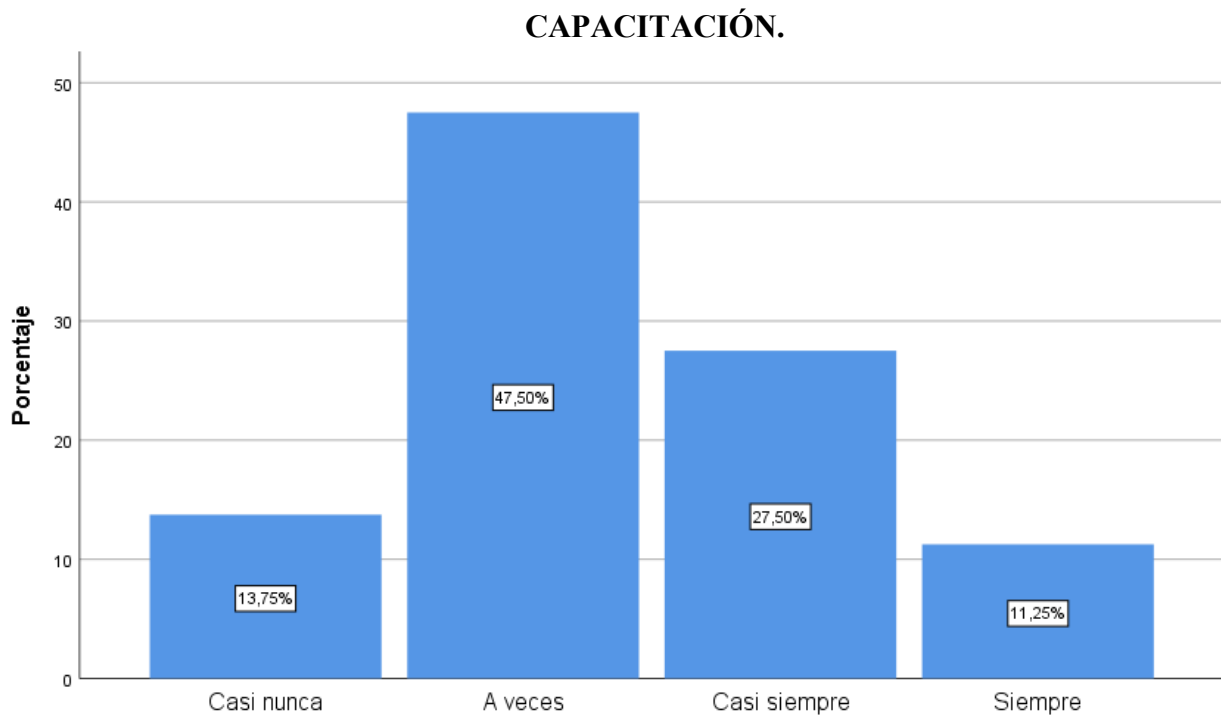
El gráfico de barras muestra que el 46,25% de las empresas encuestadas a veces incorpora nueva tecnología, mientras que un 21,25% siempre lo incorpora, por otro lado, un 17,5% casi nunca lo incorpora y finalmente un 15% casi siempre lo hace.

**Tabla 27: Resultados sobre capacitación.**

		<b>CAPACITACIÓN.</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	11	13,75	13,75	13,75
	A veces	38	47,5	47,5	61,25
	Casi siempre	22	27,5	27,5	88,75
	Siempre	9	11,25	11,25	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 24**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

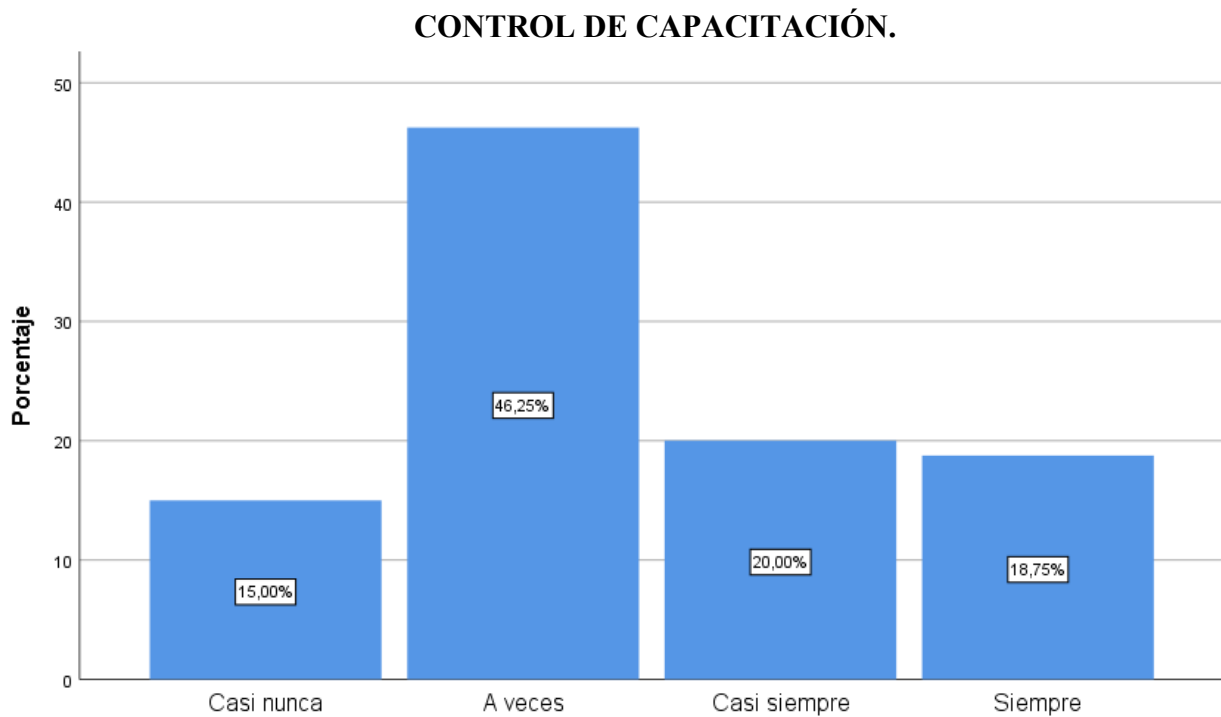
El gráfico de barras muestra que el 47,5% a veces realiza capacitaciones, mientras que un 27,5% casi siempre lo hace, por otro lado, un 13,75% casi nunca hace capacitaciones y finalmente también muestra que un 11,25% siempre realiza capacitaciones.

**Tabla 28: Resultados sobre control de capacitación.**

		<b>CONTROL DE CAPACITACIÓN.</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	12	15,0	15,0	15,0
	A veces	37	46,25	46,25	61,25
	Casi siempre	16	20,0	20,0	81,25
	Siempre	15	18,75	18,75	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 25**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

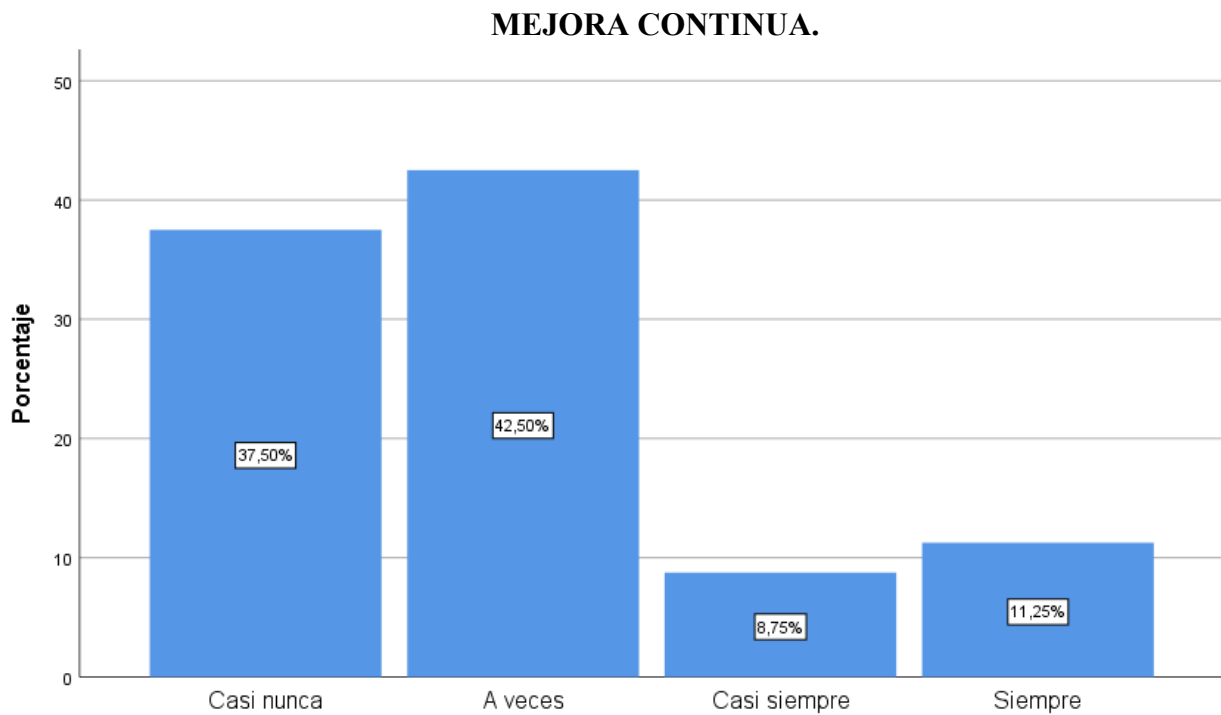
El gráfico de barras muestra que el 46,25% a veces controla lo aprendido en la capacitación, mientras que un 20% casi siempre lo controla, por otro lado, un 18,75% siempre lo hace y finalmente un 15% casi nunca lo controla.

**Tabla 29: Resultados de mejora continua.**

<b>MEJORA CONTINUA.</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	30	37,5	37,5	37,5
	A veces	34	42,5	42,5	80,0
	Casi siempre	7	8,75	8,75	88,75
	Siempre	9	11,25	11,25	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 26**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

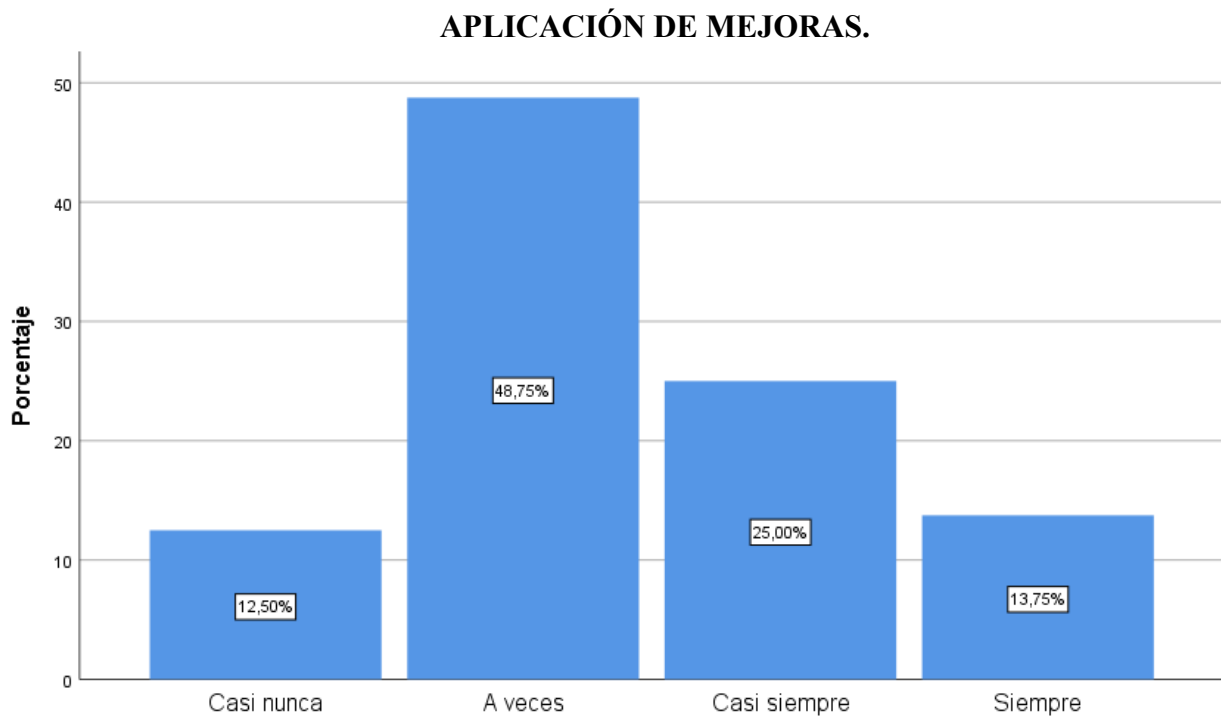
El gráfico de barras muestra que el 42,5% a veces cuenta con un sistema de mejora continua, mientras que el 37,5% casi nunca lo tiene, por otro lado, un 11,25% siempre tiene un sistema de mejora continua y finalmente un 8,75% casi siempre cuenta con un sistema de mejora continua.

**Tabla 30: Resultados de aplicación de mejoras.**

<b>APLICACIÓN DE MEJORAS</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	10	12,5	12,5	12,5
	A veces	39	48,75	48,75	61,25
	Casi siempre	20	25,0	25,0	86,25
	Siempre	11	13,75	13,75	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 27**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

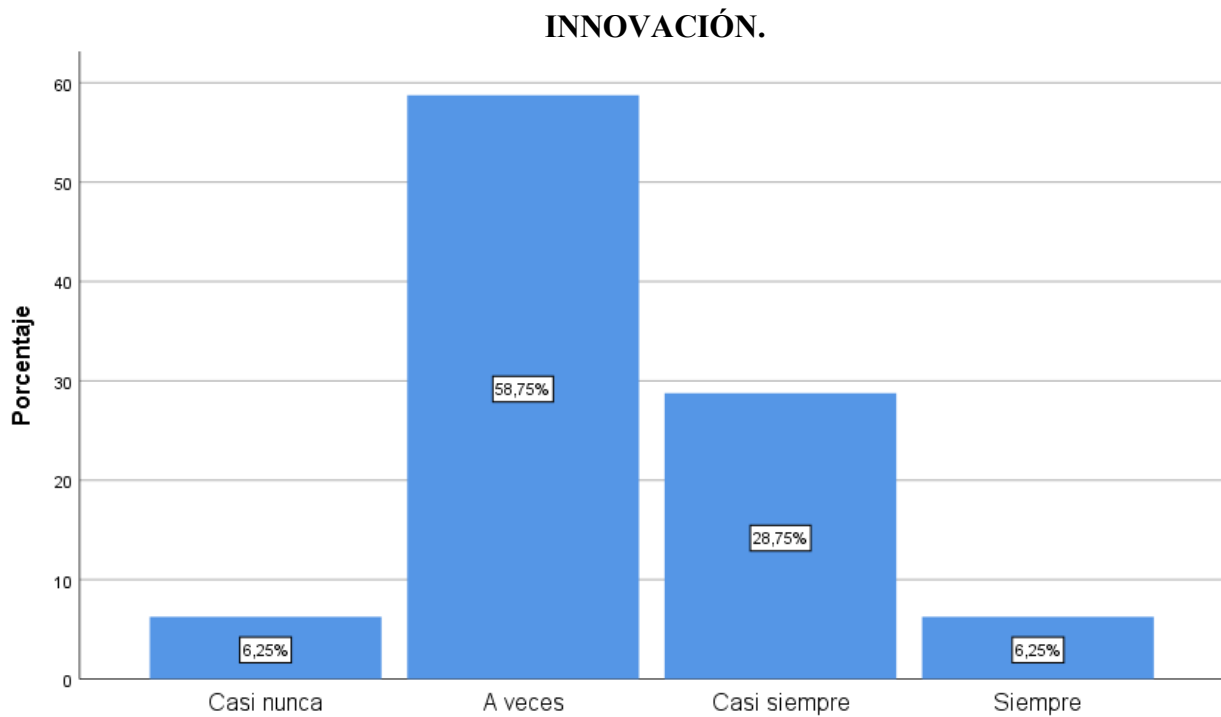
El gráfico de barras muestra que el 48,75% a veces aplica mejoras, mientras que un 25% casi siempre lo hace, por otro lado, un 13,75 siempre aplica mejoras y finalmente un 12,5% casi nunca aplica mejoras en su empresa.

**Tabla 31: Resultados sobre innovación.**

		INNOVACIÓN			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	5	6,25	6,25	6,25
	A veces	47	58,75	58,75	65,0
	Casi siempre	23	28,75	28,75	93,75
	Siempre	5	6,25	6,25	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 28**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

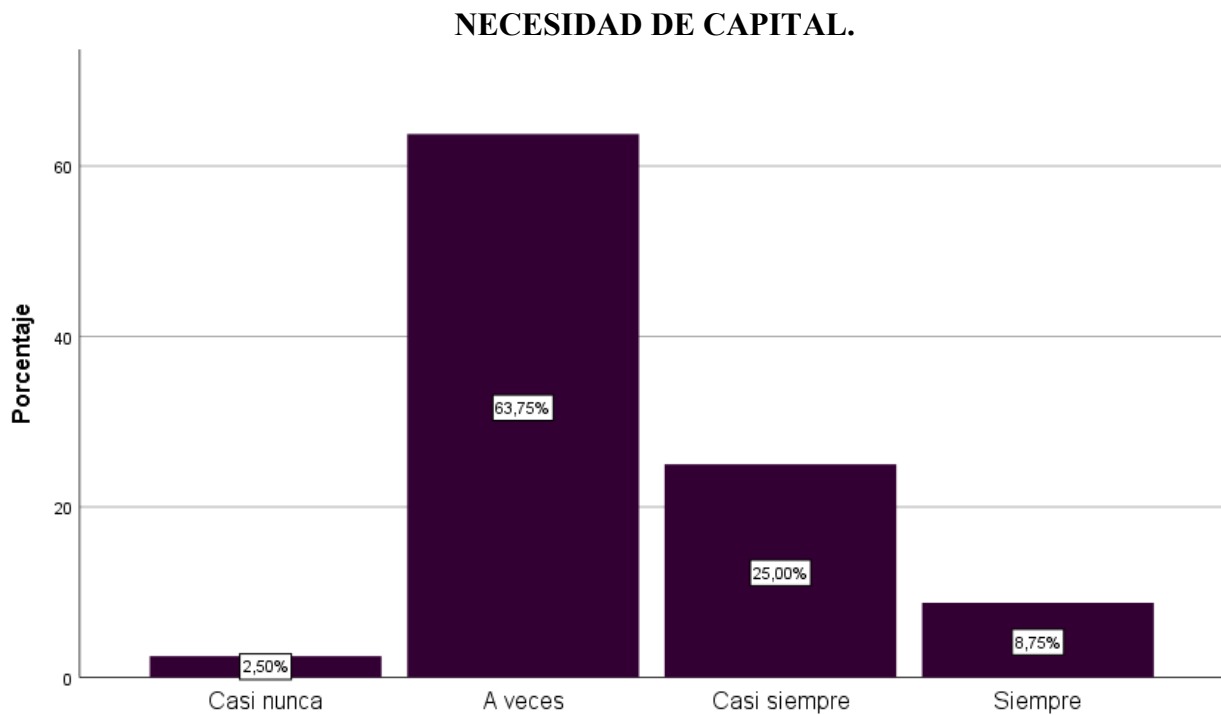
El gráfico de barras muestra que el 58,75% a veces innova sus procesos, mientras el 28,75% casi siempre lo hace, por otro lado, un 6,25% siempre busca innova y finalmente un 6,25% casi nunca lo hace.

**Tabla 32: Resultados de necesidad de capital**

NECESIDAD DE CAPITAL					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	2	2,5	2,5	2,5
	A veces	51	63,75	63,75	66,25
	Casi siempre	20	25,0	25,0	91,25
	Siempre	7	8,75	8,75	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 29**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

El gráfico de barras muestra que el 63,75% a veces implementa estrategias por necesidades de capital, mientras que el 25% casi siempre implementa estrategias a causa de necesidades de capital, por otro lado, un 8,75% siempre lo hace por necesidades de capital y finalmente solo el 2,5% considera que casi nunca implementa estrategias por necesidades de capital.

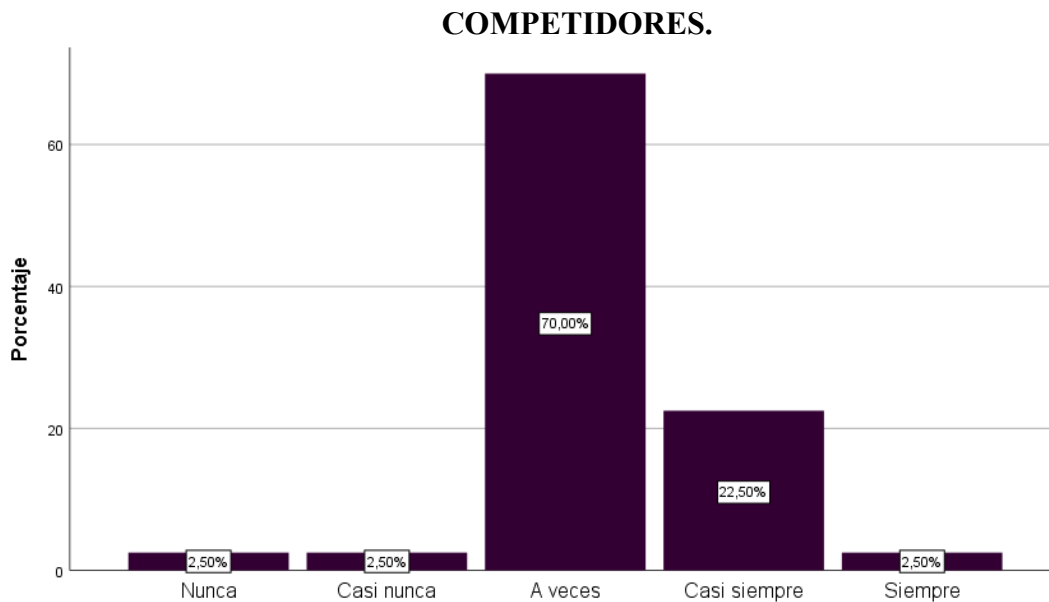


**Tabla 33: Resultados sobre competidores.**

		COMPETIDORES			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	2	2,5	2,5	5,0
	A veces	56	70,0	70,0	75,0
	Casi siempre	18	22,5	22,5	97,5
	Siempre	2	2,5	2,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 30**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

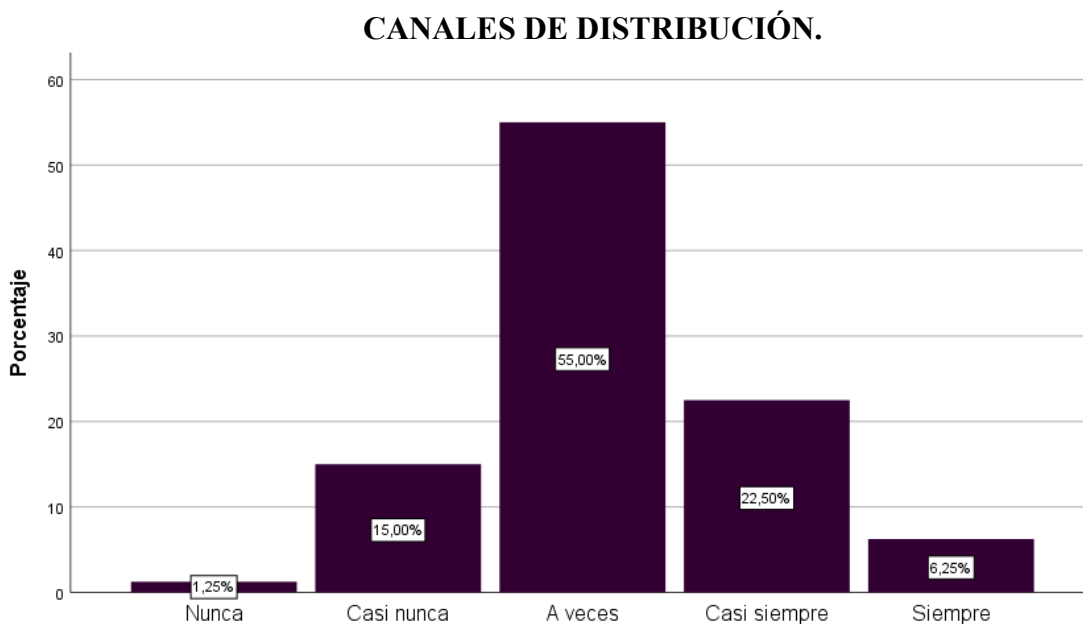
El gráfico de barras muestra que el 70 % a veces genera estrategias por la intensidad de sus competidores, un 22,5% lo hace casi siempre, mientras que un 2,5% considera que casi nunca elabora estrategias por la intensidad de sus competidores, por otro lado, un 2,5% nunca elabora estrategias por la intensidad de sus competidores, por otro lado, un 2,5% siempre genera estrategias por intensidad de sus competidores.

**Tabla 34: Resultados de canales de distribución.**

		CANALES DE DISTRIBUCIÓN			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,25	1,25	1,25
	Casi nunca	12	15,0	15,0	16,25
	A veces	44	55,0	55,0	71,25
	Casi siempre	18	22,5	22,5	93,75
	Siempre	5	6,25	6,25	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 31**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

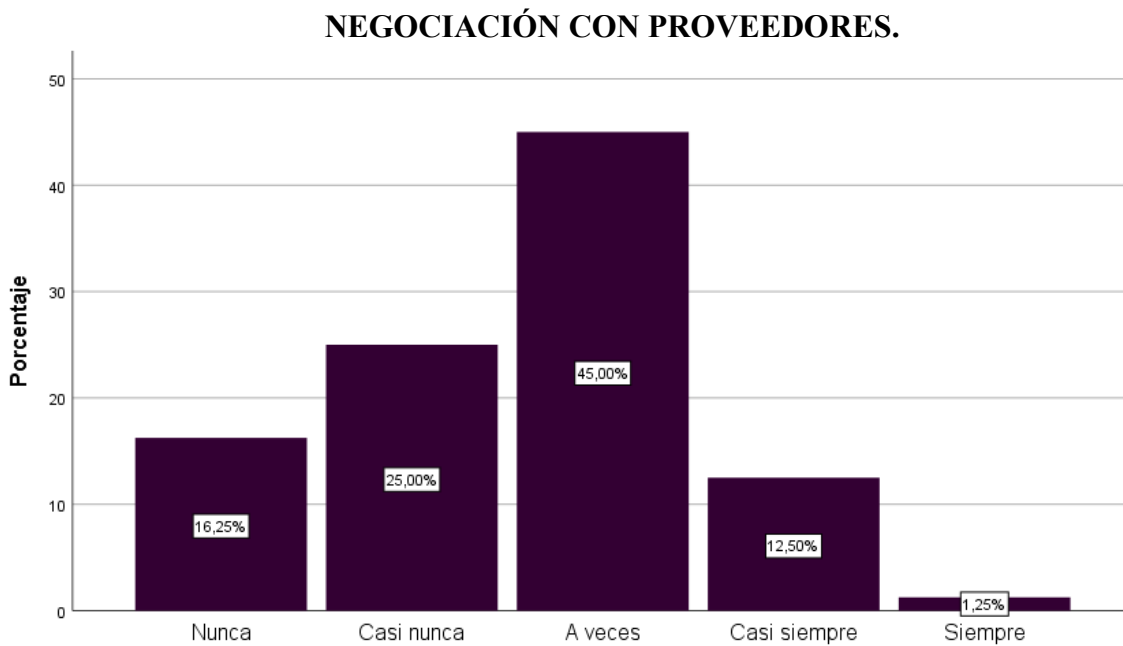
El gráfico de barras muestra que el 55% a veces hace estrategias por falta de canales de distribución, un 22,5% casi siempre hace estrategias por falta de canales de distribución, mientras que un 15% casi nunca hace estrategias por la falta de canales de distribución, por otro lado, un 6,25% lo hace siempre y finalmente un 1,25% hace estrategias por falta de canales de distribución.

**Tabla 35: Resultados sobre poder de proveedores.**

<b>PODER DE PROVEEDORES</b>					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	13	16,25	16,25	16,25
	Casi nunca	20	25,0	25,0	41,25
	A veces	36	45,0	45,0	86,25
	Casi siempre	10	12,5	12,5	98,75
	Siempre	1	1,25	1,25	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 32**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

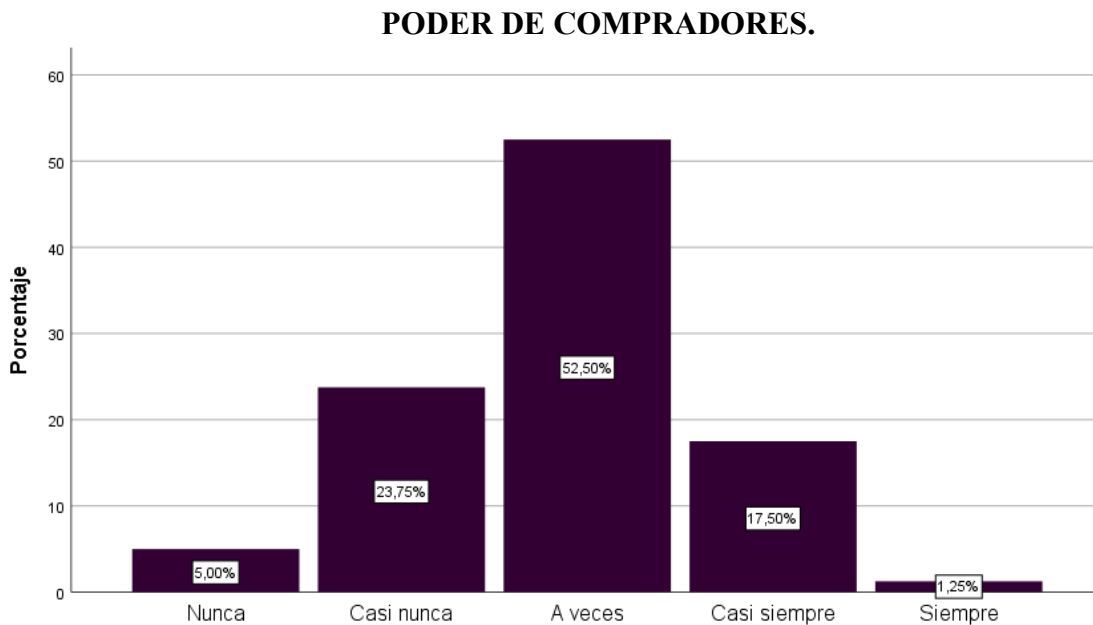
El gráfico de barras muestra que el 45% a veces elabora estrategias por el poder de proveedores, un 25% casi nunca crea estrategias a causa del poder de los proveedores, mientras que un 16,25% nunca lo hace, por otro lado, el 12,5% considera que casi siempre crea estrategias a causa del poder de los proveedores y finalmente un 1,25% siempre crea estrategias a causa del poder de los proveedores.

**Tabla 36: Resultados sobre poder de compradores.**

		<b>PODER DE COMPRADORES.</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	4	5,0	5,0	5,0
	Casi nunca	19	23,75	23,75	28,75
	A veces	42	52,5	52,5	81,25
	Casi siempre	14	17,5	17,5	98,75
	Siempre	1	1,25	1,25	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 33**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

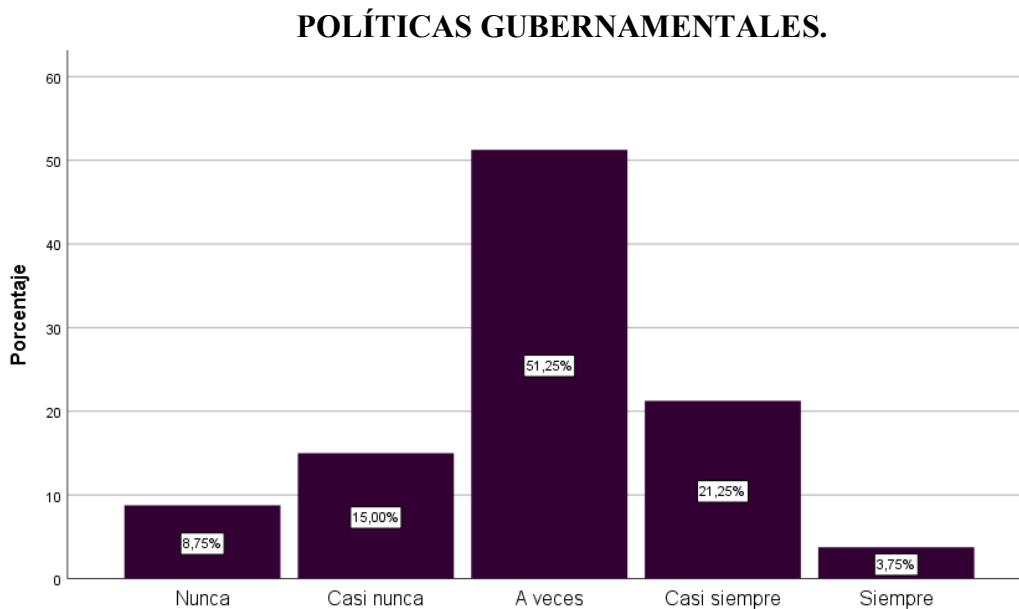
El gráfico de barras muestra que el 52,5% a veces elabora estrategias por el poder de compradores, un 23,75% casi nunca crea estrategias a causa del poder de los compradores, mientras que un 17,5% casi siempre lo hace, por otro lado, el 5% considera que nunca crea estrategias a causa del poder de los compradores y finalmente un 1,25% siempre crea estrategias a causa del poder de los compradores.

**Tabla 37: Resultados sobre políticas gubernamentales.**

		POLÍTICAS GUBERNAMENTALES			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	7	8,75	8,75	8,75
	Casi nunca	12	15,0	15,0	23,75
	A veces	41	51,25	51,25	75,0
	Casi siempre	17	21,25	21,25	96,25
	Siempre	3	3,75	3,75	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 34**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

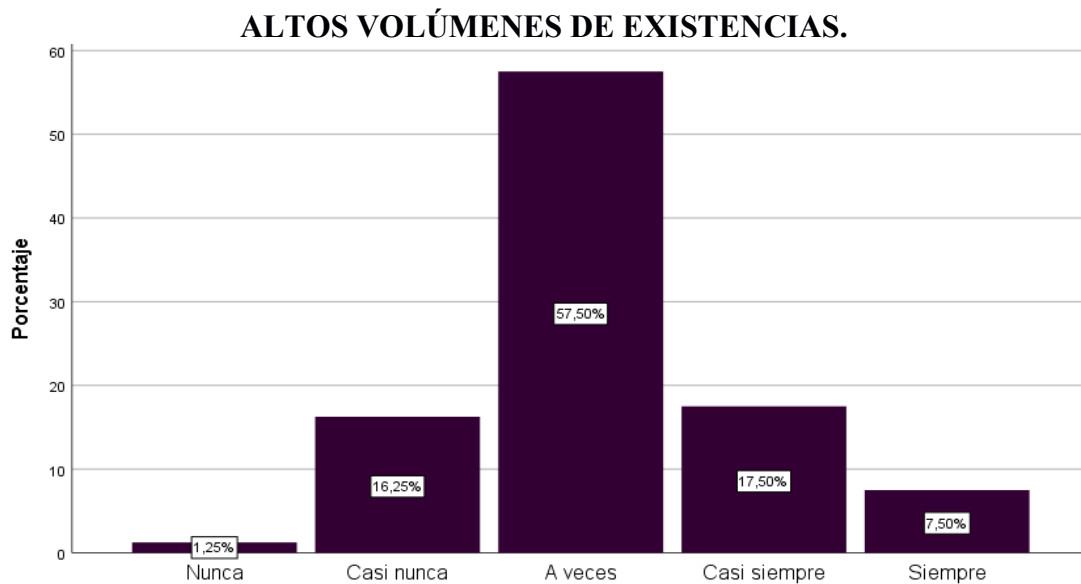
El gráfico de barras muestra que el 51,25% a veces implementa estrategias por políticas gubernamentales, un 21,25% casi siempre lo hace, mientras que un 15% casi las implementa a causa de las políticas gubernamentales, por otro lado, un 8,75% nunca lo hace y finalmente un 3,75% siempre implementa estrategias a causa de las políticas gubernamentales.

**Tabla 38: Resultados sobre altos volúmenes de existencias.**

		<b>ALTOS VOLÚMENES DE EXISTENCIAS</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,25	1,25	1,25
	Casi nunca	13	16,25	16,25	17,5
	A veces	46	57,5	57,5	75,0
	Casi siempre	14	17,5	17,5	92,5
	Siempre	6	7,5	7,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 35**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

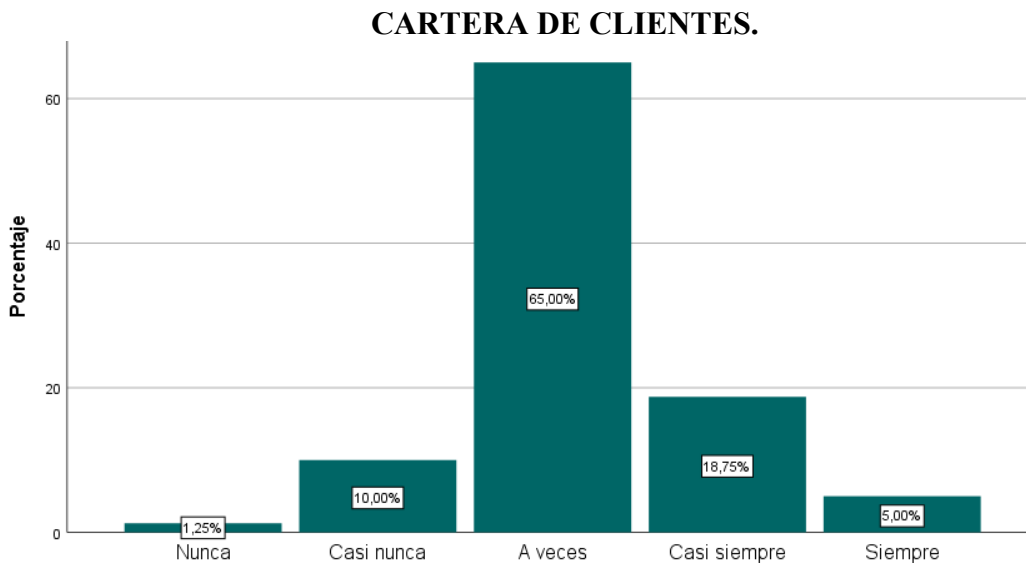
El gráfico de barras muestra que el 57,5% a veces implementa estrategias a causa de altos volúmenes de existencias, un 17,5% casi siempre lo hace a causa de esto, mientras que el 16,25% considera que casi nunca implementa estrategias a causa de altos volúmenes de existencias, por otro lado, un 7,5% siempre implementa estrategias a causa de sus altos volúmenes de existencias y finalmente un 1,25% a veces lo hace a causa de altos volúmenes de existencias.

**Tabla 39: Resultados sobre cartera de clientes.**

		<b>CARTERA DE CLIENTES.</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	1	1,25	1,25	1,25
	Casi nunca	8	10,0	10,0	11,25
	A veces	52	65,0	65,0	76,25
	Casi siempre	15	18,75	18,75	95,0
	Siempre	4	5,0	5,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 36**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

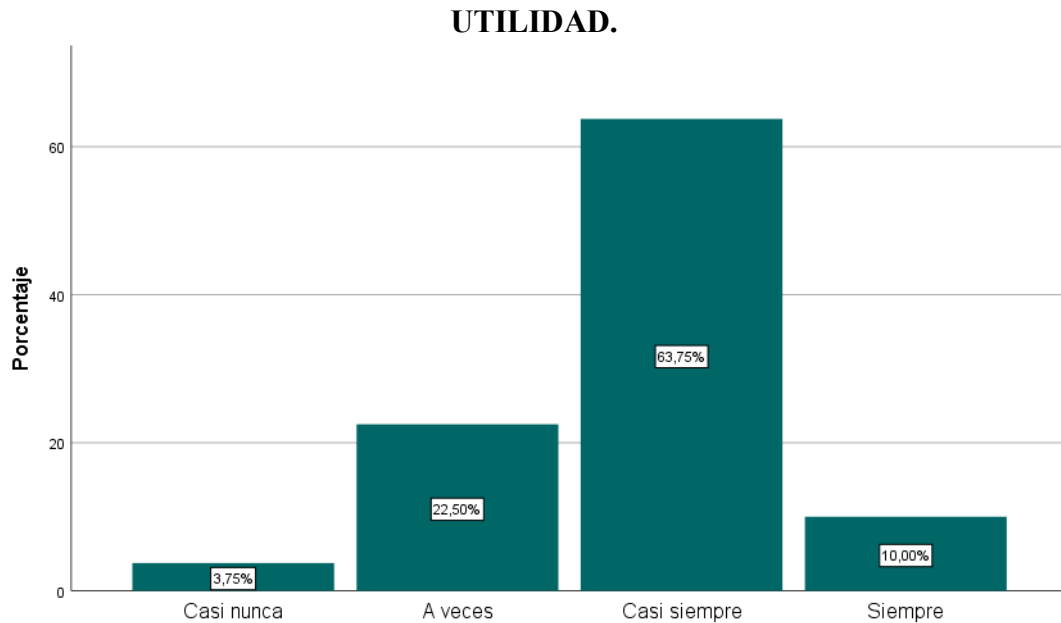
El gráfico de barras muestra que el 65% a veces considera que la estrategia basada en la cartera de clientes mejora los resultados de la empresa, un 18,75% considera que dicha estrategia casi siempre mejora los resultados, mientras que un 10% considera que casi nunca lo mejora, por otro lado, un 5% considera que siempre lo mejora y finalmente un 1,25% considera que nunca mejora los resultados una estrategia basada en la cartera de clientes.

**Tabla 40: Resultados sobre utilidad.**

		<b>UTILIDAD</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	3	3,75	3,75	3,75
	A veces	18	22,5	22,5	26,25
	Casi siempre	51	63,75	63,75	90,0
	Siempre	8	10,0	10,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 37**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

El gráfico de barras muestra que el 63,75% casi siempre considera que la estrategia basada en la utilidad mejora los resultados de la empresa, mientras que un 22,5% considera que dicha estrategia a veces mejora los resultados, por otro lado, un 10% considera que siempre mejora los resultados y finalmente un 3,75% considera que casi nunca mejora los resultados una estrategia basada en la utilidad.

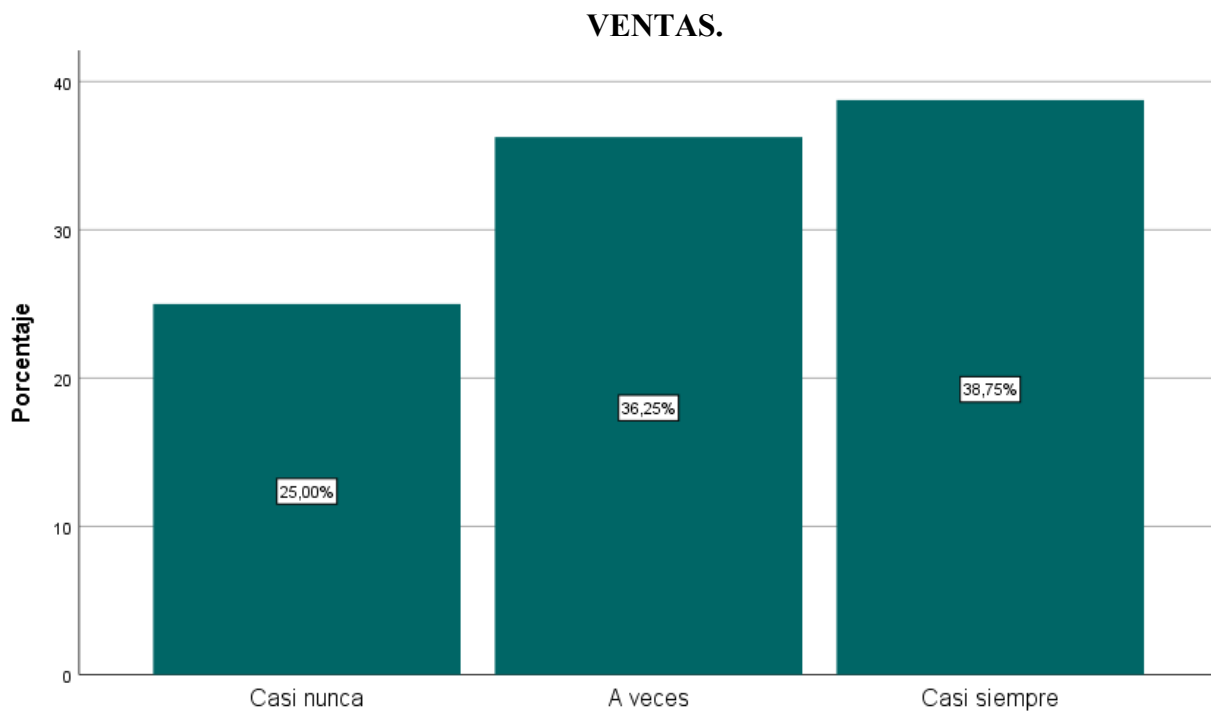


**Tabla 41: Resultados sobre ventas.**

VENTAS					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Casi nunca	20	25,0	25,0	25,0
	A veces	29	36,25	36,25	61,25
	Casi siempre	31	38,75	38,75	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 38**



Fuente: Elaboración propia.

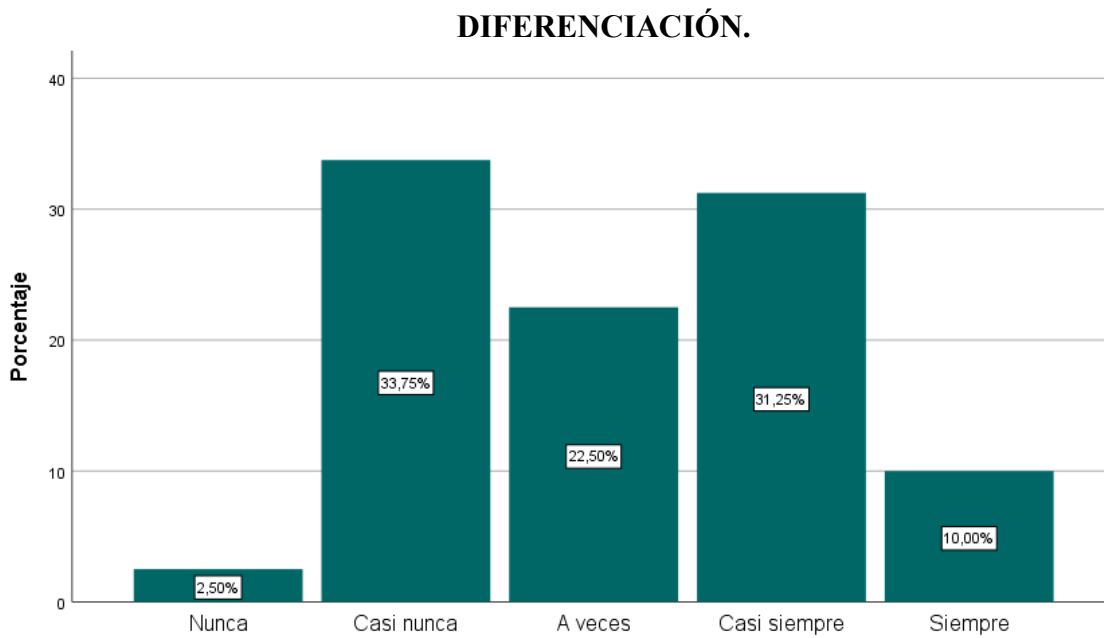
**Interpretación:** El gráfico de barras muestra que el 38,75% considera que a veces una estrategia basada en ventas generales mejora los resultados de la empresa, mientras que un 36,25% considera que casi siempre una estrategia basada en ventas generales mejora los resultados de la empresa y finalmente un 25% considera que casi nunca mejora los resultados una estrategia basada en las ventas generales

**Tabla 42: Resultados sobre diferenciación**

		<b>DIFERENCIACIÓN</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	27	33,75	33,75	36,25
	A veces	18	22,5	22,5	58,75
	Casi siempre	25	31,25	31,25	90,0
	Siempre	8	10,0	10,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 39**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

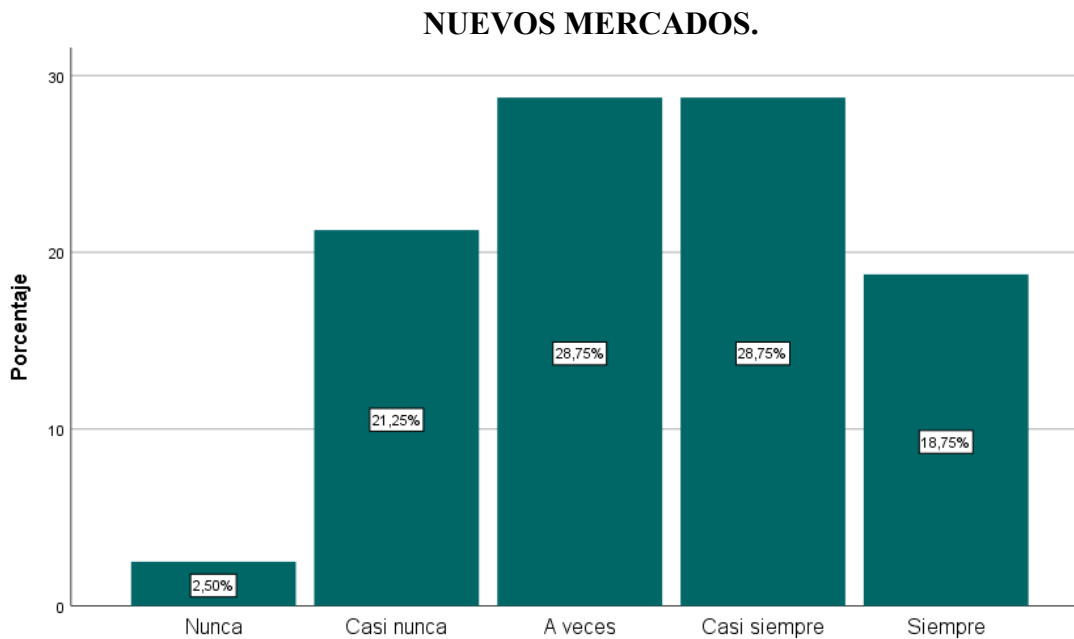
El gráfico de barras muestra que el 33,75% considera que la estrategia basada en la diferenciación casi nunca mejora los resultados de la empresa, mientras que un 31,25% considera que a casi siempre lo hace, por otro lado, un 22,5% considera que a veces dicha estrategia mejora los resultados y finalmente un 2,5% considera que nunca mejora los resultados de la empresa.

**Tabla 43: Resultados sobre nuevos mercados.**

		NUEVOS MERCADOS			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	2	2,5	2,5	2,5
	Casi nunca	17	21,25	21,25	23,75
	A veces	23	28,75	28,75	52,5
	Casi siempre	23	28,75	28,75	81,25
	Siempre	15	18,75	18,75	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 40**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

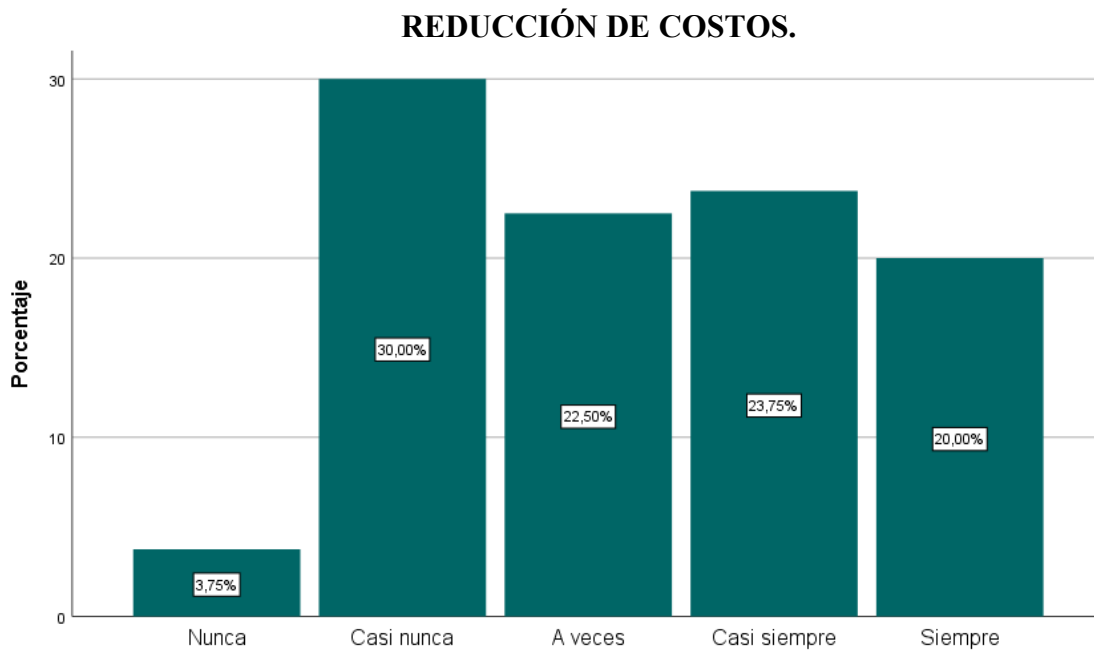
El gráfico de barras muestra que el 28,75% considera que la estrategia basada en acceso a nuevos mercados casi siempre mejora los resultados de la empresa, un 28,75% considera que es solo a veces, mientras que un 21,25% considera que casi nunca, por otro lado, el 18,75% considera que siempre mejora los resultados y finalmente un 2,5% considera que nunca mejora los resultados.

**Tabla 44: Resultados sobre reducción de costos.**

		<b>REDUCCIÓN DE COSTOS.</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	3,75	3,75	3,75
	Casi nunca	24	30,0	30,0	33,75
	A veces	18	22,5	22,5	56,25
	Casi siempre	19	23,75	23,75	80,0
	Siempre	16	20,0	20,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 41**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

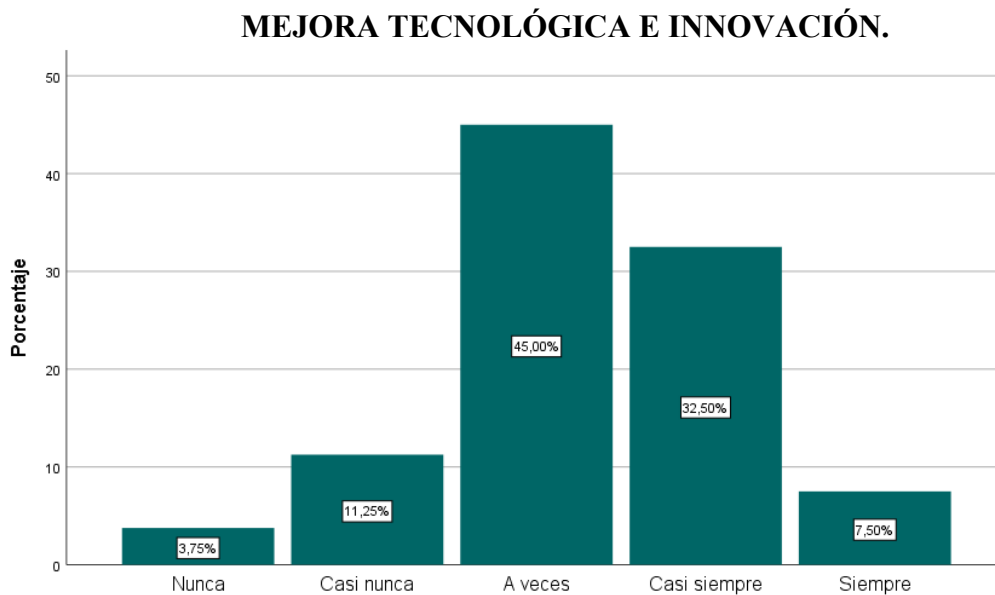
El gráfico de barras muestra que el 30% considera que la estrategia basada en reducción de costos casi nunca mejora los resultados de la empresa, un 23,75% considera que es casi siempre, mientras que el 22,5% considera que solo a veces lo mejora, por otro lado, un 20% considera que siempre mejora los resultados y finalmente un 3,75% considera que la estrategia basada en reducción de costos nunca mejora los resultados de la empresa.

**Tabla 45: Resultados sobre mejora tecnológica e innovación.**

		<b>MEJORA TECNOLÓGICA E INNOVACIÓN.</b>			
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	3	3,75	3,75	3,75
	Casi nunca	9	11,25	11,25	15,0
	A veces	36	45,0	45,0	60,0
	Casi siempre	26	32,5	32,5	92,5
	Siempre	6	7,5	7,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia.

**Gráfico N. ° 42**



Fuente: Elaboración propia.

**Interpretación:**

El gráfico de barras muestra que el 45% considera que la estrategia basada en la mejora tecnológica e innovación a veces mejora los resultados de la empresa, un 32,5% considera que casi siempre lo hace, mientras que un 11,25% considera que la estrategia basada en la mejora tecnológica e innovación casi nunca mejora los resultados de la empresa y finalmente un 3,75% considera que nunca mejora los resultados.

## 4.2. Contrastación de la hipótesis.

### 4.2.1 Planteamiento y Prueba de Hipótesis

#### PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS GENERAL

H<sub>0</sub>: La gestión logística no influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

H<sub>1</sub>: La gestión logística influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

#### DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Utilizamos el siguiente criterio: Si la significancia asintótica (p) > al nivel de significancia (0.05), se acepta la H<sub>0</sub>. Si el valor de p < 0.05 se acepta H<sub>1</sub>. Aplicamos SPSS v25:

**Tabla 46: Prueba de hipótesis general.**

Correlaciones				
			GESTIÓN LOGÍSTICA	COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	GESTIÓN LOGÍSTICA	Coefficiente de correlación	1,000	,2589**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	COMPETITIVIDAD	Coefficiente de correlación	,2589**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

Fuente: Elaboración propia

#### INTERPRETACIÓN:

Como se observa en la tabla 46 la significancia asintótica (0,000) es menor que el nivel de significación (0.05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador). Es decir, la gestión logística influye en la competitividad de las pequeñas

empresas comerciales, Barranca 2018. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0,2589 de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva y baja.

### PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS ESPECÍFICA 1

H<sub>0</sub>: La gestión de compras no influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

H<sub>1</sub>: La gestión de compras influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

#### DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Utilizamos el siguiente criterio: Si la significancia asintótica (p) > al nivel de significancia (0.05), se acepta la H<sub>0</sub>. Si el valor de p < 0.05 se acepta H<sub>1</sub>. Aplicamos SPSS v25:

**Tabla 47: Prueba de hipótesis específica 1**

			<b>Correlaciones</b>	
			GESTIÓN DE COMPRAS	COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	GESTIÓN DE COMPRAS	Coeficiente de correlación	1,000	,413**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	,413**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

Fuente: Elaboración propia.

#### INTERPRETACIÓN:

Como se observa en la tabla 47 significancia asintótica (0,000) es menor que el nivel de significación (0.05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador). Es decir, La gestión de compras influye en la competitividad de las

pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0.413 de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva y baja.

### PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS ESPECÍFICA 2

H<sub>0</sub>: La gestión de stock no influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

H<sub>1</sub>: La gestión de stock influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

#### DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Utilizamos el siguiente criterio: Si la significancia asintótica (p) > al nivel de significancia (0.05), se acepta la H<sub>0</sub>. Si el valor de p < 0.05 se acepta H<sub>1</sub>. Aplicamos SPSS v25:

**Tabla 48: Resultados de prueba de hipótesis específica 2**

Correlaciones			GESTIÓN DE STOCK	COMPETITIVIDAD
Rho de Spearman	GESTIÓN DE STOCK	Coeficiente de correlación	1,000	,2597**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	,2597**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

Fuente: Elaboración propia.

#### INTERPRETACIÓN:

Como se observa en la tabla 48 la significancia asintótica (0,000) es menor que el nivel de significación (0.05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador). Es decir, la gestión de stock influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018. Además, la correlación de Rho de



Spearman es 0,2597 de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva y baja.

### PLANTEAMIENTO DE HIPOTESIS ESPECÍFICA 3

H<sub>0</sub>: Los costos logísticos no influyen en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

H<sub>1</sub>: Los costos logísticos influyen en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

#### DEMOSTRACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Utilizamos el siguiente criterio: Si la significancia asintótica (p) > al nivel de significancia (0.05), se acepta la H<sub>0</sub>. Si el valor de p < 0.05 se acepta H<sub>1</sub>. Aplicamos SPSS v25:

**Tabla 49: Resultados de la prueba de hipótesis específica 3.**

Correlaciones			COSTOS LOGÍSTICOS	COMPETITIV IDAD
Rho de Spearman	COSTOS LOGÍSTICOS	Coeficiente de correlación	1,000	,283*
		Sig. (bilateral)	.	,003
		N	80	80
	COMPETITIVIDAD	Coeficiente de correlación	,283*	1,000
		Sig. (bilateral)	,011	.
		N	80	80

Fuente: Elaboración propia.

#### INTERPRETACIÓN:

Como se observa en la tabla 49 la correlación de Rho de Spearman es 0.283 de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva y baja. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador). Es decir, los costos logísticos influyen en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

## **CAPÍTULO V: DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.**

### **5.1 Discusión.**

En esta investigación se realizó una comparación de los resultados obtenidos con otras investigaciones, distinguiendo las variables estudiadas o su respectiva relación, enfatizando aspectos de similitud o diferencia con los antecedentes y fuentes teóricas citadas en esta investigación.

- Los resultados obtenidos en esta investigación llegan a establecer que la gestión logística influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018. Este resultado guarda similitud con lo mencionado por Urday Jáuregui & Cebberos Gutiérrez (2017) , en su tesis; “La gestión logística y su influencia en la competitividad en las PYMES del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra”, para obtener el Título Profesional de Licenciado en International Business de la Universidad San Ignacio de Loyola ubicada en la ciudad de Lima. Demostró que la gestión logística influye en la competitividad para pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra”.
- Los resultados obtenidos evidenciaron que la generación de ventajas competitivas se podrá lograr cada vez que el personal esté educado, apto y calificado para aplicar sus conocimientos, esto es parte de las conclusiones de la lo mencionado por en su tesis: “De la micro competitividad a la competitividad nacional” de. Arméstar Bruno (2013).
- En cuanto a la segunda hipótesis específica, se estable que la gestión de stocks influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

Este resultado es compatible con la tesis de Bohórquez Vásquez & Puello Fuentes (2013), titulada: “Diseño de un modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia organizacional de la empresa Coralinas & Pisos S.A. Corpisos S.A. *en el municipio de Turbaco, Bolívar.*” para obtener el título de Administración de Empresas de la Universidad de Cartagena ubicada en Cartagena de Indias. La cual concluye: un buen análisis y recolección de información contribuye positivamente para diseñar, modificar, implementar y mejorar el modelo de gestión logística y la cadena de suministro, eso contribuye a lograr la eficiencia sostenibilidad y permanencia en el mercado actual de la organización.

## 5.2 Conclusiones.

De las pruebas realizadas, concluyo en:

- Como se observa en la tabla 46 la significancia asintótica (0,000) es menor que el nivel de significación (0.05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador). Es decir, la gestión logística influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0,2589 de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva y baja.
- Como se observa en la tabla 47 significancia asintótica (0,000) es menor que el nivel de significación (0.05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador). Es decir, La gestión de compras en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0.413 de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva y baja.
- Como se observa en la tabla 48 la significancia asintótica (0,000) es menor que el nivel de significación (0.05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador). Es decir, la gestión de stock influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018. Además, la correlación de Rho de Spearman es 0,2597 de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva y baja.
- Como se observa en la tabla 49 la significancia asintótica (0,003) es menor que el nivel de significación (0.05), se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna (hipótesis del investigador). Es decir, los costos logísticos influyen en la

competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018. Además la correlación de Rho de Spearman es 0.283 de acuerdo a la escala de Bisquerra dicha correlación es positiva y baja.

En esta investigación se demostró que la logística influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018, como: gestión de compras, gestión de stock y costos logísticos, de manera positiva y baja según la correlación de Spearman (Tabla 46).

También se concluye según la aplicación de la encuesta por cuestionario:

- La falta de búsqueda de nuevas fuentes de aprovisionamiento genera el incremento del poder de los proveedores, eso trae como consecuencia la aceptación absoluta de los requisitos y precios del proveedor.
- La poca importancia y buen juicio durante el proceso de evaluación de los proveedores hace que generalmente les entregan productos en mal estado o fallados, lo que supone un costo debido al proceso de devolución y costo de almacenaje que supone hasta el plazo de cambio.
- El escaso uso de tecnología genera la compra repetida de productos con los que se cuenta y altos costos de almacenamiento.
- La implementación de estrategias se da generalmente por los altos volúmenes de existencias, poder de proveedores y políticas gubernamentales.

### 5.3 Recomendaciones.

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta investigación se recomienda a los empresarios e investigadores académicos, lo siguiente:

- ❖ Durante la búsqueda y evaluación de proveedores se debe considerar: el plazo de entrega, la calidad del producto y la experiencia del proveedor, para reducir la recepción de productos en mal estado o demoras por parte del proveedor que afecten la competitividad de la empresa.
- ❖ Se recomienda tener diversas fuentes de aprovisionamiento, con el objetivo de evitar darle poder absoluto al proveedor y evitar el desabastecimiento.
- ❖ Se recomienda un control de inventario mediante el uso de la tecnología, para evitar el sobrestock, los bajos índices de rotación de inventario, reducir el almacenamiento de productos obsoletos, deteriorados o caducados y ser competitivos.
- ❖ Se recomienda minimizar la inversión en stocks para reducir los costos de almacenamiento por sobrestock y productos dañados.
- ❖ Es necesario aplicar la innovación, la implementación de nueva tecnología y la mejora de procesos con el fin de generar ventajas competitivas.
- ❖ Se recomienda analizar el proceso logístico con el objetivo de mejorar su rendimiento y obtener una ventaja competitiva.
- ❖ Implementar estrategias de acuerdo a un análisis FODA, se recomienda este tipo de análisis por su fácil aplicación y entendimiento.
- ❖ Por último se recomienda un estudio más profundo sobre la relación entre los costes logísticos y la competitividad.

## CAPÍTULO VI: FUENTES DE INFORMACIÓN.

### 6.1 Fuentes bibliográficas.

Alberto del Prado, D. (2014). *La logística como factor de éxito en las pymes industriales*. (tesis postgrado de maestria). Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza, Argentina.

Alles, M. A. (2012). *Diccionario de competencias. La trilogía: las 60 competencias más utilizadas*. Buenos Aires: Granica.

Arce Manrique, S. (2009). *Identificación de los principales problemas en la logística de abastecimiento de las empresas constructoras bogotanas y propuesta de mejoras*. (tesis pregrado). Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

Avolio, B., Mesones, A., & Roca, E. (2011). Factores que Limitan el Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES). *Strategia*, 70- 80.

Bastos Boubeta, A. I. (2007). *Distribución logística y comercial. La logística en la empresa*. España: Ideaspropias Editorial.

Bohorquez Vasquez, E. C., & Puello Fuentes, R. A. (2013). *Diseño de un modelo de gestión logística para mejorar la eficiencia organizacional de la empresa Coralinas & Pisos S.A. Corpisos S.A. en el municipio de Turbaco, Bolívar*. (tesis pregrado). Universidad de Cartagena, Cartagena de las Indias, Colombia.

Calderón Rodríguez, C. L., Machicao Chacón, Y. M., & Saldaña Murrugarra, A. R. (2017). *Calderón Rodríguez, Cristian Leonardo; Machicao Chacón, Yahaira Massiel; Saldaña Murrugarra, Agustin Rodolfo*. (tesis postgrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.

Casanovas, A., & Cuatrecasas, L. (2001). *Logística Empresarial*. Barcelona.: Gestión 2000.

- Cruzado Carrion , M. E. (2015). *Implementacion de un sistema de control interno en el proceso logistico y su impacto en la rentabilidad de la constructora Rio Bado S.A.C. en el año 2014.* (tesis de pregrado). Universidad Privada del Norte, Trujillo, Perú..
- Ferrín Gutiérrez, A. (2013). *Gestión de stocks en la logística de almacenes.* Bogotá: Ediciones de la U.
- Flores Tapia, C. J. (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.* (tesis de pregrado). Universidad San Martín de Porres, Lima, Perú.
- Gómez Aparicio, J. M. (2013). *Gestión logística y comercial. Ciclo Formativo de Grado Superior.* España: McGraw-Hill.
- González Domínguez, F. J. (2012). *Creación de empresas. Guía del emprendedor.* Madrid: Pirámide.
- López Fernández, R. (2010). *Logística Comercial.* España: Paraninfo.
- Martínez Moya, E. (2013). *Gestión de Compras.* Bogotá: Ediciones de la U.
- Melendez Zacarias, M. D., & Carcamo Velásquez, C. B. (2005). *Diseño de un programa de capacitación en las áreas de Logística para mejorar la productividad en la Pequeña y Mediana empresa de la industria panificadora en el área Metropolitana de San Salvador.* (tesis pregrado). Universidad Dr. José Matías Delgado, Nueva San Salvador.
- Mora García, L. A. (2012). *Gestion Logistica Integral.* Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Neck, P. A. (1978). *Desarrollo de pequeñas empresas: políticas y programas.* Ginebra: Oficina Internacional del Trabajo.
- Ojeda Hernández, F. (2006). *Diccionario de administración de empresas.* Buenos Aires: Claridad.



- Porter, M. E. (2015). *Estrategia Competitiva. Tecnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Grupo Editorial Patria.
- Rico García, M. d., & Sacristán Navarro, M. (2012). *Fundamentos empresariales*. España: Esic .
- Segovia Herrera, N., Miñano Cabrera, G. C., Horna Vidal, M. Á., & Ortiz Ríos, J. (2017). *Diagnostico de la cadena de suministro y mejora de procesos para elevar la competitividad de una empresa de cerámicas*. Lima: ESAN.
- SYAF. Selección y Acción formativa. (1999). *Gestión de Compras. Negociación y estrategias de Aprovechamientos*. España.: Fundación confemetal.
- Urday Jauregui, C. A., & Cebreros Gutierrez, P. (2017). *La gestión logística y su influencia en la competitividad en las PYMES del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra*. (tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.
- Vargas Hernandez, F. J. (2006). *Estrategias de Innovación en la Gestión Logística de las*. México (tesis postgrado de maestría). Universidad Autónoma de México, distrito Federal de México.

## **6.2 Fuentes hemerográficas.**

- Avolio, B., Mesones, A., & Roca, E. (2011). Factores que Limitan el Crecimiento de las Micro y Pequeñas Empresas en el Perú (MYPES). *Strategia*, 70- 80.
- Carrasco, J. (2000). Evolución de los enfoques y conceptos de la logística. Su impacto en la dirección y gestión de las organizaciones. *Economía Industrial.*, 17-34.
- Gil Gaytán, O. L. (2016). La logística: clave para la competitividad global de las pequeñas y medianas empresas del estado de Jalisco en México. *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad*.

INEI. (2018). *Demografía Empresarial en el Perú IV Trimestre 2017*. Lima: INEI.

Ministerio de la Producción. (2017). *Anuario Estadístico Industrial, Mipyme y Comercio Interno 2016*. Lima: Inversiones SAVA S.A.C.

Saavedra García, M. L. (2012). Una propuesta para la determinación de la competitividad en la pyme latinoamericana. *Pensamiento y Gestión*(33), 93-124.

Saavedra García, M. L., Milla Toro, S., & Tapia Sánchez, B. (2013). Determinación de la competitividad de la PYME en el nivel micro: El caso de del Distrito Federal, México. *FIR*, 38-52.

Servera Francés, D., & Gil Saura, I. (2008). Tecnologías de la información y la comunicación en la gestión logística. *Distribución y Consumo*, 67-82.

### **6.3 Fuentes electrónicas.**

Arméstar Bruno, N. (30 de Octubre de 2014). *De la Micro competitividad a la competitividad nacional*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/333450>

Dirección de Estudios Económicos de Mypes. (Abril de 2016). *Oficina de Estudios Económicos (OEE)*. Obtenido de Oficina de Estudios Económicos (OEE) web site: [http://demi.produce.gob.pe/Content/files/doc\\_03/Regionales/Lima.pdf](http://demi.produce.gob.pe/Content/files/doc_03/Regionales/Lima.pdf)

Ministerio de la Producción - PRODUCE. (03 de enero de 2017). *Ministerio de la Producción*. Obtenido de Ministerio de la Producción: <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/oee-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/729-2016-anuario-estadistico-industrial-mipyme-y-comercio-interno>

## ANEXOS.

### Matriz de consistencia

#### TÍTULO: LA LOGISTICA Y LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS COMERCIALES DEL DISTRITO DE BARRANCA.

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES E INDICADORES	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	TECNICAS A UTILIZAR
<p><b>Problema General:</b> ¿Cómo influye la gestión logística en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018?</p> <p><b>Problemas Específicos:</b> ¿Cómo influye la gestión de compras en la competitividad dedicadas a la venta al por mayor, Barranca 2018?</p> <p>¿Cómo influye la gestión de stock en</p>	<p><b>Objetivo General:</b> Determinar la influencia de la gestión logística en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018</p> <p><b>Objetivos Específicos:</b> Determinar la influencia de la gestión de compras en la competitividad de las pequeñas empresas</p>	<p><b>Hipótesis General:</b> La gestión logística influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.</p> <p><b>Hipótesis Específicas:</b> La gestión de compras influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.</p>	<p><b>Variable X:</b> Gestión Logística</p>	<p><i>Gestión de compras</i> <b>Indicadores</b> - Negociación - Proveedores. - Sistema de aprovisionamiento</p> <p><i>Gestión de stock.</i> <b>Indicadores:</b> - Stock - Rotación de inventarios - Nivel de protección - Recuentos.</p> <p><i>Costos logísticos.</i> <b>Indicadores</b> - Coste de almacenaje. - Coste de aprovisionamiento. - Costes de adquisición</p>	<p>1. Enfoque de la Investigación: Cuantitativo</p> <p>2. Tipo de Investigación: Aplicada</p> <p>3. Diseño de Investigación - No experimental</p> <p>4. Nivel de Investigación Correlacional</p> <p>5. Unidad de análisis: Método deductivo</p>	<p>Se utilizará la técnica de la encuesta.</p> <p>El instrumento es un cuestionario. Este tiene 40 reactivos, las 20 primeras sirven para evaluar la variable uno. Y las 20 últimas, son para evaluar la segunda variable.</p>

la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018? ¿Cómo influyen los costos logísticos en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018?

comerciales, Barranca 2018. Determinar la influencia de la gestión de compras y abastecimiento en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018. Determinar la influencia de los costos logísticos en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

La gestión de stock influye en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018. Los costos logísticos influyen en la competitividad de las pequeñas empresas comerciales, Barranca 2018.

**Variable Y:**  
Competitividad

**Nivel tecnológico**

**Indicadores**

- Estrategia tecnológica.
- Asimilación de tecnología.
- Mejora continua.

Adquisición y actualización de tecnología

**Fuerzas Competitivas.**

**Indicadores**

- Barreras de entrada.
- Intensidad de competidores.
- Poder de negociación de los proveedores.
- Poder negociación de los clientes.

**Estrategias Competitivas**

**Indicadores:**

- Liderazgo de Costos.
- Diferenciación.
- Enfoque o concentración

6. Población: 80

7. Muestra: Será igual a la población

8. Técnicas de recolección de datos:

- Técnicas de muestreo: Probabilístico
- Técnicas de recolección de datos: Encuesta

9. Análisis interpretación de la información

- Cuestionario.

**Cuestionario.**



**UNIVERSIDAD NACIONAL JOSÉ FAUSTINO SÁNCHEZ CARRIÓN**

**ESCUELA PROFESIONAL ADMINISTRACIÓN.**

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A PEQUEÑAS EMPRESAS DEDICADAS AL**

**COMERCIO UBICADAS EN BARRANCA, LIMA, PERU.**

ESTIMADO EMPRESARIO.

La información que proporcione a través de este instrumento de recolección de información será utilizada de manera confidencial y con fines meramente científico-académicos, los cuales serán procesados y presentados de forma general en una Tesis. Por ello le agradecemos anticipadamente su tiempo y atención en el llenado del presente cuestionario.

**INTRUCCIONES:** Lea cuidadosamente todo el cuestionario y marque con una X dentro del cuadrado la respuesta seleccionada

**I. INFORMACIÓN SOCIO-DEMOGRÁFICA:**

Sexo: ( ) Femenino ( ) Masculino      Grado de Estudio:

**II. CUESTIONARIO**

<b>GESTIÓN LOGÍSTICA</b>						
<b>I. GESTIÓN DE COMPRAS</b>		<b>CLASIFICACIÓN</b>				
		<b>Nunca</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
1	¿Con qué frecuencia busca otras fuentes de aprovisionamiento?					
2	¿Con qué frecuencia negocia el precio con su proveedor?					
3	Durante el proceso de evaluación de proveedores. ¿Evalúa el plazo de entrega?					
4	Durante el proceso de evaluación de proveedores. ¿Evalúa la garantía del producto?					
5	Durante el proceso de evaluación de proveedores. ¿Evalúa la experiencia del proveedor?					

6	¿Con qué frecuencia su proveedor le entrega productos dañados, fallados o deteriorados?					
7	¿Cuenta con un cronograma pedido?					
8	¿Con qué frecuencia hay sobrestock (cuando sobrepasan la cantidad máxima con la que se debe contar de un producto)?					
9	¿Con qué frecuencia se controla el tiempo desde que se entrega al proveedor la orden de compra hasta que el producto es recibido en el almacén?					
<b>II. GESTIÓN DE STOCK</b>		<b>Nunca</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
10	¿Cuenta con la información interna en tiempo y forma que requiere el sistema logístico?					
11	¿Cuenta con un software para registrar su inventario?					
12	¿Sabe cuántas veces compra el mismo producto en un trimestre?					
13	¿Con qué frecuencia revisión de sus entradas y salidas?					
14	¿Cuenta con límite de stock para cada producto?					
15	¿Hace recuentos al menos una vez al año, es decir comprueba que su inventario está de acuerdo a su almacén?					
<b>III. COSTOS LOGÍSTICOS</b>		<b>Nunca</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
16	¿Mide y controla sus costes logísticos?					
17	¿Al colocar órdenes de compra al proveedor se considera el costo de ordenar (papeleo, administración y procesamiento de la orden, coste financiero de los equipos informáticos, mobiliario, programas, gastos de emitir y recibir pedidos, como comunicaciones vía fax, teléfono, etc.) empleadas por el departamento de compras?					
18	¿Al colocar el producto en el almacén se consideran los costos de adquisición aparte de los costos de aprovisionamiento y mantenimiento como el recibo e inspección de la mercancía, contabilidad, personal, transporte, entre otros?					
19	¿Al tener productos en el almacén se considera el costo de mantener inventario (costo de oportunidad, riesgo de obsolescencia, daños, seguro, manipulación espacio y manejo, entre otros)?					

20	¿Con qué frecuencia encuentra productos obsoletos o en mal estado?					
<b>COMPETITIVIDAD</b>						
<b>IV. NIVEL TECNOLÓGICO.</b>		<b>Nunca</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
21	¿Con que frecuencia incorpora nueva tecnología a su empresa?					
22	¿Realiza un control sobre lo aprendido en las capacitaciones?					
23	¿Cuenta con un sistema de mejora continua?					
24	¿Se realizan capacitaciones para aprender a usar las tecnologías adquiridas?					
25	¿Aplica la mejora continua en todas las áreas estratégicas de la empresa?					
26	¿Busca nuevas formas de innovación en sus procesos?					
<b>V. FUERZAS COMPETITIVAS.</b>		<b>Nunca</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
27	¿La implementación de estrategias de competitividad son causadas por necesidades de capital?					
28	¿La implementación de estrategias de competitividad son causadas por la intensidad de competidores?					
29	¿La implementación de estrategias de competitividad son causadas por falta de canales de distribución?					
30	¿La implementación de estrategias de competitividad son causadas por el incremento del poder de negociación de proveedores?					
31	¿La implementación de estrategias de competitividad son causadas por el incremento del poder de negociación de compradores?					
32	¿La implementación de estrategias son causadas por políticas gubernamentales?					
33	¿La implementación de estrategias son causadas por a altos volúmenes de existencias?					

<b>VI. ESTRATEGIAS COMPETITIVAS.</b>		<b>Nunca</b>	<b>Casi nunca</b>	<b>A veces</b>	<b>Casi siempre</b>	<b>Siempre</b>
34	¿La estrategia basada en la cartera de clientes mejora los resultados de la empresa?					
	¿La estrategia basada en las ventas en general mejora los resultados de la empresa?					
36	¿La estrategia basada en la utilidad sobre ventas mejora los resultados de la empresa?					
37	¿La estrategia basada en la diferenciación sobre los competidores mejora los resultados de la empresa?					
38	¿La estrategia basada en el acceso a nuevos mercados mejora los resultados de la empresa?					
39	¿La estrategia basada en la reducción de costos mejora los resultados de la empresa?					
40	¿La estrategia basada en la mejora tecnológica e innovación mejora los resultados de la empresa?					



**Base de datos.**

Muestra	GESTIÓN LOGÍSTICA									COMPETITIVIDAD																																			
	D1			D2			D3																																						
1	3	2	4	5	1	3	2	5	3	3	3	4	4	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2	3	2	4	3	4	3	2	3	4	3	3	2	4	2	4	2	3					
2	3	2	3	5	5	3	4	5	3	4	3	2	4	2	3	1	2	3	4	4	2	3	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	3	2	4	2	2	4	4	4	4				
3	3	4	4	5	2	3	4	5	4	3	4	4	3	2	3	1	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	2	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4				
4	3	4	3	5	3	2	4	3	3	3	5	4	4	1	3	4	4	4	3	3	2	3	3	5	3	4	5	3	3	2	2	2	1	1	4	5	5	5	5	4	4				
5	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	2	3	3	5	3	5	3	4	5	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	1	2	4	4	3	5	4	3	4	4	4				
6	2	3	4	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2			
7	2	2	4	3	3	3	1	2	3	3	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	1		
8	2	3	4	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2		
9	2	2	4	3	3	3	1	2	3	3	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	1		
10	3	2	4	5	1	3	2	5	3	3	3	4	4	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2	3	2	4	3	4	3	2	3	4	3	3	2	4	2	4	2	4	2	3	4		
11	3	2	3	5	5	3	4	5	3	4	3	2	4	2	3	1	2	3	4	4	2	3	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	3	2	4	2	2	4	4	4	4	4			
12	2	2	4	3	3	3	1	2	3	3	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	1		
13	4	5	3	3	3	4	4	5	3	4	2	3	3	5	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	4	2	3	1	3	3	1	3	3	4	4	3	5	2	2	3	4	3			
14	3	3	3	5	5	2	5	1	5	5	3	5	3	5	5	2	4	4	4	2	4	5	2	2	3	4	3	3	2	3	4	3	5	3	3	3	1	2	4	4	4	4			
15	3	4	5	3	3	3	4	4	5	3	4	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	3	2	2	4	3	3	4	3	3	3	1	3	4	3	3	2	2	5	2	2	2			
16	3	5	3	5	3	2	4	3	3	3	5	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3	5	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3			
17	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	5	3	5	5	2	4	4	4	4	4	2	5	3	4	3	4	4			
18	2	3	4	3	4	4	3	4	5	3	2	3	3	4	3	3	2	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	4	5	4	5		
19	3	5	5	4	4	3	4	3	3	4	5	3	4	3	4	3	3	3	4	2	5	3	3	3	5	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	2	5	3	4	4	4	4	4		
20	3	4	5	3	3	2	2	4	4	3	5	4	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	5	3	4	
21	3	2	3	5	1	3	2	5	3	3	3	4	4	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	4	3	2	4	2	4	2	4	2	3	4		
22	4	3	5	5	3	2	5	2	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4		
23	3	5	5	4	4	3	4	3	3	4	5	3	4	4	4	3	3	3	4	2	5	3	3	3	5	4	3	3	2	3	2	2	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4			
24	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	4	5	2	3	3	4	4	3	2	1	2	2	3	3	4	4	3	5	3	4	4	4			
25	3	4	4	3	3	3	4	3	4	5	2	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	2	4	2	4	2	3		
26	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	1	2	3	4	3	5	4	3	3	4	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4		
27	5	4	5	3	3	3	4	4	5	3	3	4	5	3	3	3	4	4	5	3	3	2	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4	4	3	5	2	2	2	2		
28	2	3	3	3	5	5	2	5	1	5	3	3	3	3	2	2	2	5	1	3	2	4	3	5	2	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	1	2	4	4	4	4		
29	3	3	4	5	3	3	3	4	4	5	3	3	4	5	3	3	3	4	4	3	5	5	3	5	3	3	4	3	3	4	3	4	5	3	4	3	4	4	4	2	5	4	5		
30	5	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	5	3	5	3	2	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	4	5	3	3	3	4	4	3	5	3	4	4	3	5	3
31	2	3	4	4	3	3	3	4	3	4	2	5	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	5	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	2	4	2	4	2	4	2	
32	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	4	3	4	4	3	4	5	5	4	3	3	4	5	3	3	2	2	4	4	2	2	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4
33	4	5	3	3	3	4	4	5	3	4	2	3	3	5	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	4	2	3	1	3	3	1	3	3	4	4	3	5	2	2	3	4	2	2	3	
34	3	3	3	5	5	2	5	1	5	5	3	5	3	5	5	2	4	4	4	2	4	5	2	2	3	4	3	3	2	3	4	3	5	3	3	3	1	2	4	4	4	4	4	4	



74	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	1	2	3	3	3	5	4	3	2	3	3	4	3	4	2	3	4	2	2	4	4	4	2	4	3
75	3	3	5	5	3	5	2	5	3	5	3	3	4	5	5	4	4	4	2	4	5	5	5	5	4	4	5	2	3	4	3	5	3	3	3	3	2	3	3	4
76	4	5	3	3	3	4	4	5	3	4	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	1	3	4	3	3	3	2	5	2	3	
77	5	3	5	3	2	4	3	3	3	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	5	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	3	4
78	3	4	4	3	3	3	4	3	4	5	2	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	4	2	4	2	3
79	5	3	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	3	4	3	4	5	2	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	4	4	3	5	3
80	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	1	3	3	4	3	5	4	3	2	3	3	4	3	4	2	3	4	2	2	4	4	4	2	4	3